



Universidade de Aveiro Departamento de Comunicação e Arte

2016

**Palmira da Costa
Francisco Benguela**

**TEMA: RTP África: um motor de aproximação
entre os povos de Angola e Portugal**



**Palmira da Costa
Francisco Benguela**

**TEMA: RTP África: um motor de aproximação
entre os povos de Angola e Portugal**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria da Conceição Oliveira Lopes, Professora Associada com Agregação do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

O júri

Presidente

Prof. Doutor: Mário Jorge Rodrigues Martins Varinhos
Professor auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora: Sónia Infante Girão Frias Piepoli
Professora auxiliar da Universidade de Lisboa – Instituto Superior de Ciências
Sociais e Políticas

Prof. Doutora: Maria da Conceição de Oliveira Lopes
Professora associada com Agregação da Universidade de Aveiro

Agradecimentos

À professora orientadora Conceição Lopes que ao longo destes dois últimos anos me acompanhou, ministrando-me importantes conhecimentos e ensinamentos, apoiando-me e ajudando-me na superação de novos desafios pessoais e sociais, e também pela sua amizade.

Ao meu esposo Edson Benguela e aos meus filhos, Edmira Benguela e Emilson Benguela, pela ajuda e apoio eterno. A minha mãe Manuela Grangeia por todo amor e carinho.

Palavras-chave

Televisão. Influência. Informação. Paradigmas e modelos de comunicação dos *media*. Angola. Portugal. RTP África. Jornalismo. Televisão Pública de Angola.

Resumo

O presente trabalho propõe-se compreender o desempenho da RTP África como motor de aproximação entre portugueses e angolanos residentes em Portugal. Qual o lugar que Angola ocupa nas emissões transmitidas pelo referido canal RTP África, que conteúdos temáticos sobre Angola são abordados e quais as percepções que são retiradas das emissões sobre Angola transmitidas pelo referido canal. Deste modo, pretendemos dar um contributo para que, efectivamente a RTP África possa consolidar a sua posição junto dos angolanos e portugueses e tornar-se um motor de aproximação entre ambos.

Com base na metodologia quantitativa centrada no método estatístico e na técnica de recolha de dados por questionário, procedeu-se à análise dos dados que permitiram atingir a finalidade do estudo anteriormente referida, construir respostas às questões de investigação e sublinhar a importância da missão da RTP África como motor de aproximação entre angolanos e portugueses, na comunicação e divulgação de Angola.

Keywords

TV. Influence. Information. Media communication paradigms and models. Angola. Portugal. RTP Africa. Journalism. Public Television of Angola.

Abstract

The present work intends to understand the performance of RTP Africa as an instrument to approach Angolan and Portuguese citizens both residents in Portugal. Which place Angola occupies in the broadcasts of RTP Africa channel, which thematic contents about Angola approached and which perceptions are taken from that broadcasts. We intend to contribute so that RTP Africa can effectively consolidate its position among Angolan and Portuguese and become one mechanism of rapprochement between both countries. Based on the quantitative methodology pointed on the statistical method and in the data collection technique using questionnaire, data were analyzed to achieve the purpose of the study already mentioned, to construct answers to the research questions and to underline the importance of the RTP Africa mission as an approximation between Angolans and Portuguese, in the communication and dissemination of Angola.

Índice de conteúdos

Introdução

Finalidades, problema de investigação, questões de investigação e objectivos.....	1
Motivação Pessoal.....	2
Apresentação da estrutura da dissertação.....	4

PARTE I - ENQUADRAMENTO TEORICO

Capítulo 1 - ANGOLA – ABORDAGEM GERAL

1.1 País, geografia, população, constituição, organização administrativa, cultura, educação, economia, TPA	9
--	---

Capítulo 2 - Abordagem ao campo de estudo dos *media*

2.1. Os quatro eixos de estudo dos <i>media</i> : conteúdos, instituição, públicos, tecnologias	17
2.2. Conceitos de base: media e comunicação de massas	19
2.3. Instituição dos <i>media</i>	23
2.3.1 Papel e funções dos <i>media</i>	25
2.3.2 Paradigmas e modelos de comunicação dos <i>media</i>	26
2.3.3 O poder da televisão e como ele se exerce	27
2.3.4 Ética e deontologia.....	31
2.4 <i>Media</i> e democracia	34

Capítulo 3 - Influência: estudo dos *media*

3.1 Conceitos de base: influência.....	35
3.2 Estados de influência	37

II PARTE - PROJETO DE INVESTIGAÇÃO

Capítulo 4 - Metodologia da investigação

4.1 Finalidade.....	41
4.2 Opções metodológicas: quantitativa e qualitativa	42
4.3 Questões de investigação e objectivos	43
4.4 Amostra: constituição, critérios e organização	44
4.4.1 Métodos e técnicas de recolha e análise de dados	45

4.4.2 Significados de cada uma das categorias de acordo com o dicionário da língua portuguesa.....	46
4.4.3 Estatística descritiva	47
Capítulo 5 - Contextualização Institucional da RTP e dos canais RTP Africa e RTP Memoria.	
5.1 Abordagem histórica à televisão portuguesa	49
5.2 Estrutura e funcionamento da Instituição pública RTP	51
5.3 A comunicação social na Constituição da República Portuguesa.....	52
5.4 A ERC – entidade reguladora da Comunicação Social.....	53
5.5 RTP África: Os canais da RTP com programação sobre África e Angola	54
Capítulo 6 - Apresentação e discussão dos resultados da análise	
6.1 Análise Estatística dos dados obtidos através de questionário	57
6.2 Os programas emitidos pela RTP África, no período alvo do estudo.....	78
Conclusão Final	81
Referências bibliográficas.....	85
Anexos.	93

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Representação do Mapa de Angola (Fonte: Google)	10
Figura 2 - Evolução da Estrutura (Fonte: KPMG 2011).....	13
Figura 3 - Grupos étnicos de Angola (Fonte: Wikipedia.org-2000x2456)	15
Figura 4 - Logotipo RTP África (Fonte: Google imagens).....	56

INDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Idade	57
Tabela 2 - Percentagem idade	58
Tabela 3 - Estatísticas da idade por nacionalidade	58
Tabela 4 - Estatísticas da idade por nacionalidade	58
Tabela 5 - Horas a que vê RTP Africa	61
Tabela 6 - Horas a que vê RTP Africa percentagem	61
Tabela 7 - Horas para os Angolanos... ..	62
Tabela 8 - Horas para os Portugueses... ..	62

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Nacionalidade	59
Gráfico 2 - Nacionalidade Angolana	60
Gráfico 3 - Nacionalidade Portuguesa	60

INDICE DE HIPOTHESES

Quadro 1 - H1... ..	63
Quadro 2 - H2... ..	64
Quadro 3 - H3... ..	65
Quadro 4 - H4... ..	66
Quadro 5 - H5... ..	67
Quadro 6 - H6... ..	68
Quadro 7 - H7... ..	69
Quadro 8 - H8... ..	70
Quadro 9 - H9... ..	71

INDICE DE GRÁFICOS DE BARRAS

Gráfico 1 - Programas.....	72
Gráfico 2 - Importância.....	73
Gráfico 3 - Gostos.....	74
Gráfico 4 - RTP Africa	75

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 - Entrevista Angolanos e Portugueses.....	93
Anexo 2 - Inquérito ao Diretor da RTP África	94

Introdução

A presente dissertação está focalizada no estudo-trabalho que pretende avaliar o contributo da RTP África como motor de aproximação entre portugueses e angolanos residentes em Portugal. Na realidade, a televisão é um meio poderoso que influencia e orienta os comportamentos e percepções dos seus telespectadores. De uma forma geral os *media* de comunicação de massa a partir do modo como destacam e apresentam os conteúdos da informação conseguem influenciar o público não só nos temas sobre os quais reflectem como também na opinião que terão sobre esses temas.

Com o intuito de avaliar a capacidade da RTP África dar a conhecer Angola com os programas que transmite foram definidas quatro questões de investigação:

- O que é a RTP África?
- Como a RTP África comunica Angola nos programas emitidos durante o período alvo do estudo (5 a 15 de Novembro).
- Quais as orientações dos 10 sujeitos-alvo angolanos, residentes em Aveiro, que integram a amostra, acerca da comunicação sobre Angola, transmitida nos programas alvo do estudo.
- Quais as orientações dos 10 sujeitos-alvo portugueses, residentes em Aveiro, que integram a amostra, acerca da comunicação sobre Angola, transmitida nos programas alvo do estudo.

Com base na finalidade do estudo e nas quatro questões de investigação definiram-se os seguintes propósitos:

- ✓ Conhecer o canal televisivo da RTP – RTP África;
- ✓ Identificar como Angola é comunicada nos programas emitidos pela RTP África, no período alvo do estudo;
- ✓ Conhecer as orientações dos sujeitos alvo da amostra, telespectadores da RTP África, angolanos e portugueses residentes em Aveiro, acerca dos programas transmitidos sobre Angola, nas emissões alvo do estudo;

- ✓ Identificar os níveis de relevância vs não relevância, indicados pelos sujeitos-alvo da amostra, a partir de categorias de recolha e análise previamente definidas, dos programas transmitidos sobre Angola, nas emissões alvo do estudo;
- ✓ Identificar as preferências dos sujeitos-alvo da amostra, acerca do tipo de programas sobre Angola que gostariam de ver emitidos pela RTP África.

O procedimento metodológico utilizado é de natureza quantitativa. Contudo, utilizamos também o método qualitativo, dado que como afirma Maria Mary de Oliveira é o mais eficaz para “explicar em profundidade o significado e as características do resultado das informações obtidas através de entrevistas” (2010, p. 59).

A amostra é constituída por um agrupamento organizado em dois grupos de sujeitos-alvo telespectadores da RTP África: 10 sujeitos angolanos residentes em Aveiro – Grupo 1; 10 portugueses residentes em Aveiro – Grupo 2. E, pelo conjunto dos programas emitidos pela RTP África de 5 a 15 de Novembro (período alvo do estudo) onde Angola é comunicada.

Motivação Pessoal

Desde sempre convivi com a ideia de que os governos de Angola e Portugal vivem de costas viradas ou seja, parece que um dia se amam e noutro se odeiam. Cresci com a ideia que me era veiculada no meu país, Angola, que muitos portugueses ainda não aceitam o facto de terem ficado sem o império colonial de que Angola fazia parte, como colónia, até 11 de Novembro de 1975. Muitos foram portugueses "retornados de Angola" (cerca de 275.600) que por razões de natureza existencial e/ou políticas deixaram Angola, na época “um território disputado por três movimentos: o Movimento Popular de Libertação de Angola (MPLA), a Frente Nacional de Libertação de Angola (FNLA) e a União Nacional para a Independência Total de Angola (UNITA)” (Aniceto Afonso, Carlos Matos Gomes e Maria Inácia Rezola, s/d). Para a revolução de 25 de Abril de 1974, a descolonização era um dos três “D” que fazia parte do desígnio da revolução portuguesa inscrita no programa do MFA, ao lado do “democratização e o desenvolvimento” (MFA, 1974). Segundo afirma o Almirante Rosa Coutinho, presidente da Junta Governativa de Angola, numa entrevista

publicada na Revista “O Militante nº 238”, “situemo-nos na época: tanto o 25 de Abril como o apoio popular esmagador que lhe foi dado revelaram que a grande preocupação da população portuguesa era a esperança de que finalmente iam terminar as guerras coloniais. Ao fim de 13 anos de esforço continuado em três frentes, todos estavam fartos: militares e população. Não havia saída com os descendentes de Salazar no poder. As guerras até eram relativamente baratas, mas o esforço nacional foi tremendo. Cerca de um milhão de jovens portugueses passaram pela guerra, com números importantes de mortos, feridos e traumatizados psicológicos. (...) em Portugal gritava-se: «nem mais um soldado para as colónias». E em finais de 1974, em Angola, gritava-se: «Portugal para o Natal». A operacionalidade caiu a pique, exceptuando as forças especiais. As restantes o que queriam era o regresso à família. A pressão em Portugal era idêntica. Daí que se tivessem de fazer negociações rapidamente com movimentos independentistas reconhecidos pela Organização dos Estados Africanos. O problema estendeu-se a todas as colónias, mesmo aquelas onde não havia luta armada”. A liberdade foi conquistada para Portugal e para Angola.” E, continua a afirmar o Almirante Rosa Coutinho “o maior inimigo da liberdade é o medo. E os medos”, (...) 42 anos (...) “depois, do 25 de Abril não são os mesmos dessa época. Já não há medo da PIDE, da censura, das perseguições políticas (à velha maneira...), mas em compensação criaram-se outros também inimigos da liberdade: medo do desemprego, medo de não ter condições para uma velhice feliz, medo de não conseguir educar os filhos, medo de não ter acesso à saúde, todos estes continuam a existir, e todos eles têm de ser combatidos em nome de uma liberdade que o País conseguiu com o 25 de Abril”. (Rosa Coutinho, *ibid*, 1990). Neste panorama sobre a realidade portuguesa na actualidade, os *media* em geral, e a televisão em particular, parecem distorcer a realidade angolana emitindo informação que para nós, angolanos, tem conteúdo questionável por o entendermos como informação parcial, não credível e manipuladora, o que pode promover o afastamento de angolanos e portugueses e criar dificuldades tanto à sua aproximação como ao desenvolvimento de relações de reciprocidade e de cooperação entre Angola e Portugal.

Sendo o jornalismo a minha área de formação e de actividade profissional propus-me estudar a RTP África para compreender como este canal divulga Angola e desta forma, eventualmente, poder contribuir para que a RTP África seja, efectivamente, um motor de aproximação entre os povos angolano e português. Mais acrescento, que escolhi o canal RTP

África, porque é um dos canais mais vistos pelos angolanos, de acordo com o inquérito que realizei a angolanos residentes em Aveiro em 2016, no âmbito do mestrado em Comunicação Multimédia na UC de Estatística.

Apresentação da Estrutura do trabalho

Esta investigação está organizada em duas partes, o enquadramento teórico e estudo empírico, e sete capítulos. O primeiro capítulo do enquadramento teórico, centra-se numa breve abordagem sobre a história de Angola (com referência aos três períodos históricos: pré-colonial, colonial e de independência), e na caracterização do país (território, população, constituição, organização administrativa, cultura, educação, economia, diversidade cultural, gastronomia, dança, língua, hábitos e costumes).

No segundo capítulo foi realizada uma abordagem ao campo de estudo dos *media*, segundo o conceito de McQuail, definindo o conceito do mesmo e descrevendo o principal objectivo que é de mostrar como pensam os *media* e a importância destes na actualidade. Referiu-se também que as funções dos *media* de comunicação de massas baseiam-se em quatro eixos de estudo: conteúdos, instituição, públicos e tecnologias. Reflectimos sobre os paradigmas e modelos de comunicação que os *media* geralmente utilizam, O poder da televisão e como ele se exerce, o papel do jornalismo, a ética e deontologia profissional do Jornalista, as instituições dos *media*, o Papel e funções dos *media* e a *media* democracia e Evolução tecnológica.

No terceiro capítulo falamos da influência: estado de exposição aos *media* segundo os contributos de James Potter. Num estudo sobre as medidas de exposição da televisão e as suas influências em adolescentes, James Potter e Chin Chang (2009) referem a existência de cinco operacionalizações diferentes durante a exposição total perante a televisão e afirmam poder prever algumas capacidades frente a essa elevada exposição, dados os efeitos resultantes desse *media*.

Na segunda parte, destinada ao Estudo Empírico e referente ao quarto capítulo está caracterizada a metodologia de investigação, objectivos e finalidades do trabalho bem como as questões de investigação, opções metodológicas, amostra alvo do estudo, critérios e

organização, as técnicas de recolha e de tratamento dos dados com o diferencial semântico. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, enriquecida com algumas entrevistas dirigidas a angolanos e portugueses residentes em Aveiro.

A abordagem sobre a televisão portuguesa, no geral, é descrita no quinto capítulo, a partir da sua história, estrutura, funcionamento e do relato do surgimento da RTP África.

No sexto capítulo é apresentada a discussão dos dados e a forma como foi realizada a recolha e tratamento dos mesmos. De forma a elucidar as questões finais, encerramos o estudo com a apresentação da conclusão da investigação.

Parte I

Enquadramento teórico

1. ANGOLA – ABORDAGEM GERAL

1.1 País, geografia, população, constituição, organização administrativa, cultura, educação, economia, TPA.

Caracterizar Angola envolve mais do que uma descrição política, económica, geográfica e/ou social do país, exige também uma perspectiva integrada e histórica subjacente à sua realidade. Quem lá vive, ou visita, fica a conhecer um país grande e belo, que integra o continente africano. Angola é um dos maiores países de África, conta com uma extensão de 1.247.000 km². “Só para que se entenda Angola é 17 vezes e meio maior que o seu antigo colonizador, Portugal” (Lisboa, 2013). “Mas, historicamente, a colonização de Angola é resultado da ocupação por Portugal e Grã-Bretanha e respaldo da Segunda Guerra Mundial que acarretou notórias influências ao nível mundial e também nacional a partir das bases para a sua polarização regional durante o período de libertação, que trouxe à região um período de conflito alimentado por exigências de descolonização” Bogatsu (2013).

Em Angola, falamos oficialmente português.

O povo angolano é especial e sem igual, humilde, solidário, alegre, fantástico e acolhedor, que encanta qualquer um que visita aquela terra.

Angola tem uma das maiores florestas do mundo, “Mayombe”, que fica situada no enclave de Cabinda, província que fica no norte de Angola. É considerado um país de riquezas naturais que apresentam paisagens espectaculares destacando-se as formações rochosas e as planícies, lagoas e rios.

O subsolo angolano é rico em recursos hídricos e em importantes recursos minerais. Não é preciso ser-se angolano para conhecer uma das suas maiores riquezas minerais: o petróleo. O subsolo angolano abriga muitos minerais importantes para o comércio mundial como o petróleo, diamantes, gás natural, ferro, cobre e ouro, o que, na perspectiva de Calangui Nteka (2011, p. 10), “em termos de recursos naturais, bem como o seu posicionamento estratégico a nível da região austral de África, proporciona ao país uma posição privilegiada na criação de um mercado de capitais forte e credível relativamente ao

“A sua composição de regiões é um fenómeno moldado pela experiência colonial, mas reforçado durante o período pós-colonial, na qual uma região geralmente implica alguma forma de contiguidade territorial, embora as regiões de África também tenham sido delineadas ao longo de linhas linguísticas, pois está dividida em 18 províncias, sendo Luanda a sua capital” (Nkiwame, 1990).

Mas se no passado o meu país foi marcado “por um longo conflito armado que durou cerca de três décadas de guerra, provocando milhares de mortos e a destruição do tecido económico, social e cultural (...), em particular o sistema financeiro” (Lisboa, 2013, p. 50), no presente Angola tem sofrido um grave entrave político e económico, quer por reflexos da sua colonização, quer pela devastação da guerra ou por mal gerenciamento de recursos. De facto, “Angola debate-se com graves distorções macroeconómicas, destruição das infra-estruturas, debilidade das instituições e serviços públicos, fraqueza do sector privado, má gestão dos dinheiros públicos e desigualdades sociais com graves desequilíbrios regionais” (Ferreira, 2004, p. 168).

A nível político, Angola é presidida por José Eduardo dos Santos desde 1979. É do conhecimento dos angolanos que o nosso presidente desempenhou um papel significativo na luta pela independência de Angola. De facto, no panorama político e económico, apesar da diversidade de recursos naturais a serem explorados, o que tem influenciado no crescimento da economia e o desenvolvimento do sector financeiro são “problemas decorrentes da falta de um controlo rigoroso, impedindo o cabal crescimento do sector e a sua adequação tendo em conta as mudanças decorrentes no sistema financeiro internacional” Lisboa (2013, p. 78). Calangui Nteka refere que “o sistema financeiro é um vetor essencial no desenvolvimento das economias dos países emergentes. No caso concreto da economia angolana, dado que se encontra na sua fase de amadurecimento, fortemente dependente da exploração de recursos naturais (petróleo e diamantes), que constituem a sua principal fonte de captação de riqueza, o papel do sistema financeiro ao nível da canalização de recursos para o restante tecido económico é extremamente importante” (2011, p. 21).

“Essa realidade é visualizada a partir do mau desempenho da economia, onde se percebe uma hiperinflação, severas carências no mercado interno, défice orçamental agravado por dívidas, uma dependência excessiva do sector petrolífero, subempregos, dificuldade na produção e importação de equipamentos, dentre outros factores que

influenciaram e influenciam o desenvolvimento de Angola, permitindo que grande parte da população se encontre numa situação de pobreza” (Ferreira, 2004).

Segundo a teoria sobre o desenvolvimento económico de Robinson (2002), “a maneira como as sociedades são organizadas é fundamental para o desenvolvimento dos países, a fim de que possam atingir prosperidade, um país precisa acumular recursos físicos e capital humano e criar e adoptar a tecnologia”. Assim, “Angola tem hoje um enorme potencial para trilhar rumo ao desenvolvimento a todos os níveis, quer no plano político, económico e social, visível no momento impar da sua história, que é a paz efectiva em todo território nacional após 40 anos de conflito armado e neste intuito de transpor duras marcas históricas, de guerra e submissão, tem-se visto um país a criar novas e efectivas estratégias em prol da economia, do crescimento e do desenvolvimento em todos os âmbitos, num sentido de valorizar seu povo, sua descendência e sua cultura” Calangui Nteka (2011, p.10).

“Nesta óptica, o desenvolvimento necessário e urgente do país passa pela capacidade de adaptação a este mundo economicamente globalizado através da inserção do seu comércio no mercado mundial” Ferreira (2004, p.180), já que nos últimos cinco anos, a economia de Angola foi uma das economias que mais cresceu a nível Mundial, apontando algumas previsões de que esta tendência de crescimento se manterá.

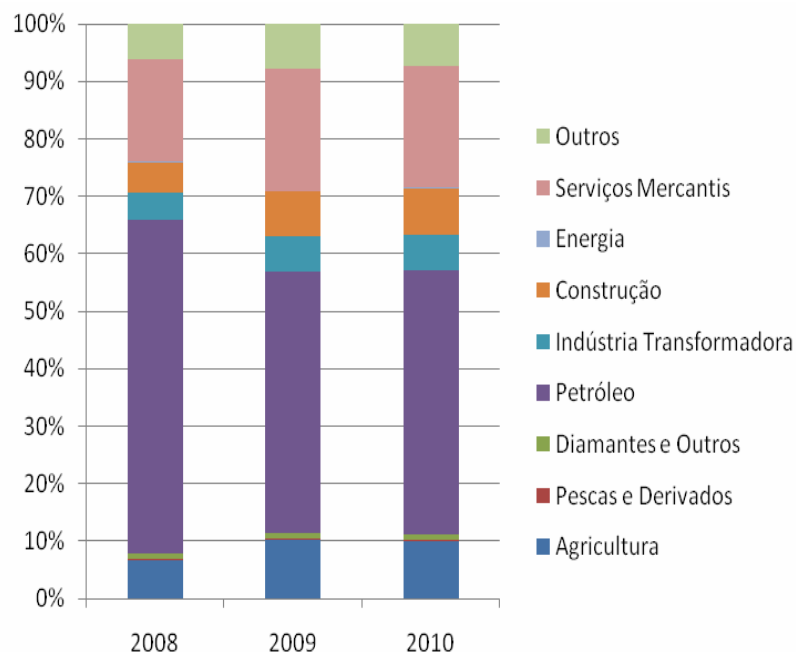


FIGURA 2- Evolução da Estrutura, Fonte: KPMG (2011)

A realidade da expansão em África, segundo dados da KPMG (2011) apresenta uma situação favorável ao desenvolvimento, sobretudo de Angola, “o *rating* da República Angola foi revisto em alta, conferindo maior credibilidade e visibilidade internacional à economia, a Angola apresenta níveis de crescimento do rendimento disponível acima dos registados pelos Estados Unidos da América e África do Sul, prevendo-se que esta tendência se mantenha”.

Na perspectiva educacional, Zau (2009) ao referir-se à evolução da educação formal e da sociedade angolana defende que as transformações a que o país esteve sujeito durante todo o século XX (o processo de colonização portuguesa, a luta contra o regime colonial, a sua independência, os reflexos da guerra civil, a construção do Estado socialista e a democratização) são factores determinantes na actual sociedade angolana.

Neste âmbito, o autor refere ainda a relação entre educação e desenvolvimento ao nível micro, meso e macro, reafirmando a importância das várias medidas e reuniões internacionais que têm sido realizadas desde 1960 até à actualidade, na qual são incluídas discussões sobre o nível educacional de Angola e a necessidade dos “recursos financeiros, materiais e humanos para promoção de uma escolarização culturalmente mais personalizada” (Zau, 2009, p. 412).

Contudo, mesmo mediante o investimento e participação em acções em prol da educação, num panorama actual e global, os resultados de Angola, no quesito educação, ainda não têm sido animadores, “apesar da sociedade reconhecer que a educação é o principal veículo de mobilidade social” (Ferreira, 2005, p.18).

“O aumento da pobreza e das precárias condições da população tem afirmado esses indícios e têm sido agravados pelo processo de globalização” (Zau, 2009), “pois a herança colonial sobrevaloriza as instituições herdadas do processo de civilização técnico-industrial, desvalorizando ou desconhecendo a tradição africana e construindo e promovendo elites dirigentes com o objectivo de integração no sistema mundo, potencializando uma situação de insucesso educativo” (Ferreira, 2005).

Essa realidade, ainda descrita pela autora, “traduz-se no índice elevado de insucesso e abandono escolar desde a década de 80 até o momento atual com um desinvestimento progressivo na educação e substancialmente no desenvolvimento, na maior parte dos países africanos” (Ferreira, 2005).

Num carácter social e cultural, Angola distingue-se pela heterogeneidade da sua população, imigrantes trabalhadores ou refugiados. Angola é mistura de sabores, de cores, de pessoas. O som do batuque, o artesanato feito de madeiras e a música anunciam a riqueza artística de Angola. A par dos ritmos do kizomba, semba, rebita, cabetula, marimba, a dança dos batuques e os novos estilos, como o zouk, tarraxinha e o kuduro, que animam qualquer um que escuta, as danças tradicionais a par da gastronomia rica e variada assumem, paralelamente, particular relevância. Desde a famosa Muabua de dendém e ginguba, o funje de peito alto, a kizaka, a fumbua, a Maxanana, entre outros, sem esquecer a literatura que reflecte a riqueza cultural do país.

O *alambamento* que em português significa casamento é um dos hábitos e costume que o povo não esqueceu com o tempo.

De facto, quando “olhamos” para Angola vemos um mosaico de vários grupos étnicos e matrizes linguísticas: ovimbundo, ambundo, bacongo, tchokwe, Khoisan, Ovambo, Herero, Xindonga, Ganguela, Nhaneca-Humbe.

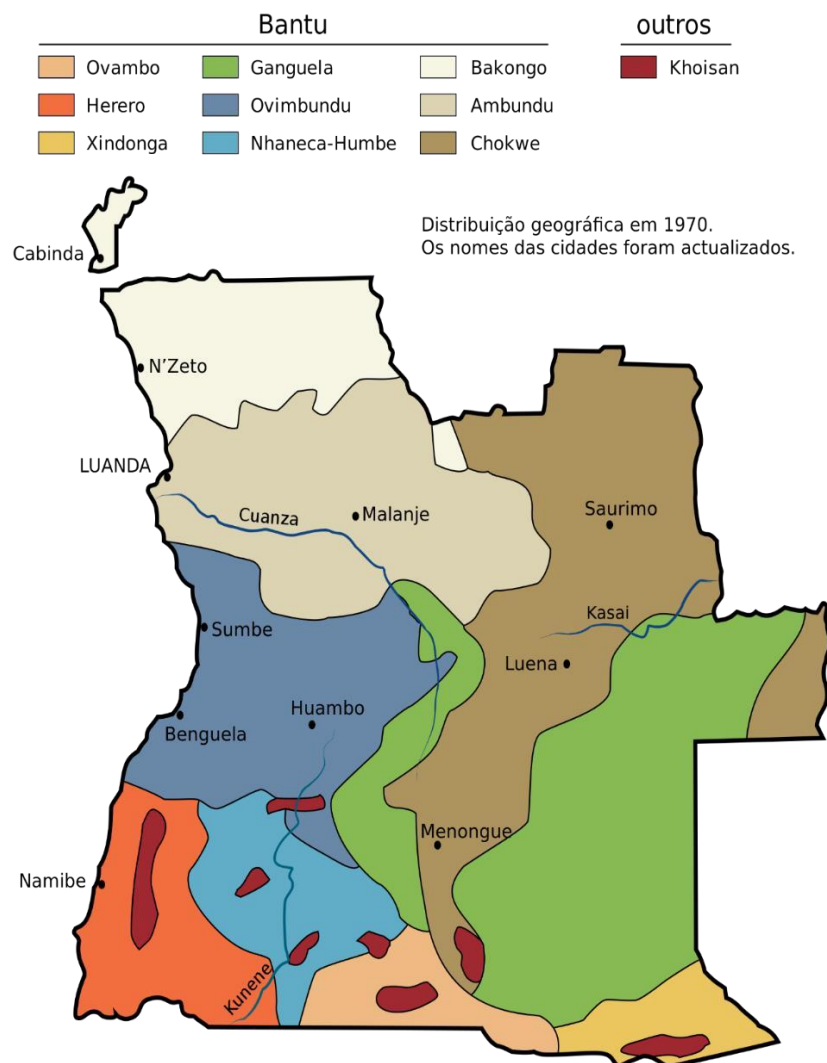


FIGURA 3 – GRUPOS ÉTNICOS DE ANGOLA

Fonte: Wikipedia.org-2000x2456

Contudo, a saída de muitos angolanos é um factor muito evidenciado nos últimos 10 anos. Segundo Calangui Nteka (2011), “um dos desafios encontrados em Angola é a falta de recursos humanos qualificados, realidade que impulsiona os cidadãos a buscarem apoio em outros lugares”.

Ao longo das últimas décadas, Angola também tem crescido no que respeita à imprensa. Esta tem actualmente um grande papel, não só cultural, social e de entretenimento, como também na vinculação de informações e de potencial profissionalismo

no país. Fonseca (2014) referiu que “ao longo das décadas de 1980-1990, a imprensa africana se fortaleceu para defender a república e dar voz ao povo, advogando a independência na luta pelos seus direitos e pela igualdade, comparada ao povo europeu”. Diversos títulos circularam pela imprensa, como têm circulado até hoje, numa constante luta de consolidação entre a imprensa e a esfera política.

A Televisão Pública de Angola (abreviadamente designada por TPA) é uma rede de televisão estatal angolana e principal emissora de televisão do país. A sua sede oficial está em Luanda, que através da TPA1, é sintonizada através do canal 2 VHF. As transmissões regulares começaram em 18 de Outubro de 1975 durante a transição política.

A Televisão Pública de Angola, que transmite em Português quase toda a programação, mantém serviços informativos em oito línguas nativas principais ainda faladas na capital e principalmente no interior: *fiote, cokwe, umbundo, quimbundo, kicongo, ngangela, kwanyama e nyaneca*. “Reportagens divulgadas pelos telejornais notícias da tarde, ecos e factos e o telejornal são traduzidos por uma equipa de cerca de 30 pessoas. As línguas nacionais são transmitidas diariamente das 14h30 às 15h30. De segunda a sábado, uma língua por dia e aos domingos, num único programa, as duas línguas menos faladas” (Guidi, 2009, p. 69).

2. ABORDAGEM AOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

2.1 Os quatro eixos de estudo dos *media*: conteúdos, instituição, públicos, tecnologias.

As funções dos *media* de comunicação de massas, baseiam-se em quatro eixos de estudo: conteúdos, instituição, públicos e tecnologias.

Segundo McQuail (2010), “as primeiras razões para estudar os conteúdos de uma forma sistemática resultaram tanto de um interesse nos potenciais efeitos de comunicação de massa, como sendo intencional ou não, ou a partir de um desejo de entender o apelo do conteúdo para o público”.

“Ambas as perspectivas têm uma base prática, do ponto de vista de comunicadores de massa, mas têm sido progressivamente alargados para abraçar um maior leque de questões teóricas. Os primeiros estudos sobre o conteúdo reflectiam uma preocupação com os problemas sociais com que os meios de comunicação estavam ligados. Depois, alargou-se os conteúdos para interpretações de crime, violência e sexo em entretenimento popular, o uso da *media* como propaganda e o desempenho dos meios de comunicação em relação aos tipos raciais ou outros de preconceito. A gama de propósitos foi gradualmente estendida para cobrir notícias, informações e muito conteúdo de entretenimento” (McQuail, 2010).

O mesmo autor reforça ainda que, “a maioria do início das pesquisas foi baseado na suposição de que o conteúdo reflectia os propósitos e valores dos seus criadores; que o significado pode ser descoberto ou inferido a partir de mensagens; e que os receptores iriam entender as mensagens mais ou menos como pretendido pelos produtores. Mais plausível, o conteúdo dos meios de comunicação tem sido muitas vezes considerado como prova mais ou menos fiável sobre a cultura e a sociedade em que ela é produzida” (McQuail, 2010).

“Uma outra função dos *media* é o eixo da instituição. De facto, os *media* surgiram como uma instituição social, assumindo muitas das funções anteriormente atendidos por instituições sociais tradicionais, tais como a igreja, escola, governo e família. No entanto, nos países ocidentais que operam no modelo de propriedade privada (mais notavelmente os Estados Unidos), os *media* nunca tiveram a intenção de servir como uma instituição social.

Em vez disso, o objectivo principal de uma organização de *media* de propriedade privada é fazer lucro para a empresa” (Silverblatt, 2004).

“Os *media* comerciais, por exemplo, tendem a concentrar-se mais em entretenimento, enquanto a *media* de serviços públicos oferecem relativamente mais informação e cultura tradicional. Na medida em que as questões de uso da *media* e efeito estão em causa, a abordagem enfatiza as consequências de comunicação de massa também para outras instituições sociais” (McQuail, 2010).

“No que concerne aos públicos, os *media* colocam na agenda de discussão os assuntos que são falados no trabalho, em casa, nos encontros sociais, determinando aquilo que deve ou não ser falado. Assim sendo, se os *media* decidem, que certo assunto ou determinado tema não deva ser discutido pela população de alguma sociedade, ela tem o poder de excluí-lo de pauta. Uma população inteira fica impossibilitada de conhecer que tal problema existe numa sociedade, ou que tal facto ocorreu num certo local do mundo se os *media* assim decidirem, tendo estes o poder de escolher quais os assuntos que devem ser noticiados” (Guareschi, 2007).

“Os meios de comunicação têm assim a faculdade não apenas de induzir o público a pensar em certo tema, como também são decisivos na forma como estes devem pensar sobre ele, através do modo como são destacados e representados os tópicos e os eventos” (Gomes, 2011).

Por último, as tecnologias são associadas por McQuail (2010) aos “novos *media* que têm sido usadas desde os anos 1960 e permitiram expandir e diversificar o conjunto de tecnologias de comunicação aplicadas. As novas tecnologias de comunicação e informação (TIC), com os seus contextos sociais associados, trazem três novos elementos: artefactos e dispositivos tecnológicos; actividades, práticas e usos; e arranjos sociais e organizações que se formam ao redor dos dispositivos e práticas. No que diz respeito às características essenciais dos novos *media*, estão em causa a sua interconexão, a sua acessibilidade para os utilizadores individuais como remetentes e/ou receptores, a sua interactividade e a sua multiplicidade de uso e carácter aberto”. Este ponto será analisado mais detalhadamente no ponto 2.3.1.

2.2 Conceitos de base: *media* e comunicação de massas

Segundo McQuail (2010), “o século XX pode plausivelmente ser descrito como a primeira era da *media* de massa. Este século foi também marcado pela alternância de admiração e alarme em torno da influência da *media* de massa. Apesar das enormes mudanças nas instituições de *media* e tecnologia e na sociedade em si, e também o surgimento de uma “ciência da comunicação”, os termos do debate público sobre o potencial significado social de *media* parece ter mudado muito pouco”.

“Uma descrição das questões que surgiram durante as duas ou três primeiras décadas do século XX é mais do que apenas interesse histórico e pensamento inicial, fornecendo um ponto de referência para a compreensão do presente conceito” (McQuail, 2010). Três conjuntos de ideias são de particular importância, segundo este autor. A primeira diz respeito à questão do poder dos novos meios de comunicação, a segunda corresponde à questão da integração social ou desintegração que pode causar e a terceira, associada à questão da iluminação pública, o que os *media* podem promover ou diminuir.

“Para que se entenda, os efeitos dos *media* são os processos e os resultados que ocorrem de modo directo, indirecto e estruturante, que se fazem sentir de imediato, a curto e a longo prazo, em cada indivíduo, nos públicos, nas instituições, incluso os próprios *media* e na Sociedade, sem que disso, nem sempre haja consciência, dos próprios alvos. Os efeitos emergem da influência gerada pelos *media* sobre as pessoas expostas, pelo uso, aos respectivos *media*” (Potter, 2012).

“Quanto à influência que os *media* têm, pode definir-se como sendo estímulos que se manifestam na mente de cada pessoa, nos públicos – organizações-instituições (conjuntos de pessoas com perfis distintos e que fazem parte de segmentos- nichos alvo da comunicação dos *media*) fruto dos seus estados de exposição aos *media*. Estas influências motivam a pensar, agir e a falar, sem que dela haja sempre consciência” (Potter, 2012).

No que diz respeito à comunicação de massas, McQuail (2010) refere que pode ser considerada tanto como um fenómeno social como cultural. “A instituição da *media* de massa faz parte da estrutura da sociedade, e a sua infra-estrutura tecnológica faz parte da base económica e poder, enquanto as ideias, imagens e informações divulgadas pelos meios de comunicação são, evidentemente, um aspecto importante da nossa cultura”.

“Se considerarmos meios de comunicação como um aspecto da sociedade (base ou estrutura), então a opção do materialismo é apresentada. Há um considerável corpo de teoria que vê a cultura como dependente da estrutura económica e poder de uma sociedade. Supõe-se que quem detém ou controla os meios de comunicação pode escolher, ou estabelecer limites para o que fazem. Esta é a essência da posição marxista” (McQuail, 2010).

No caso concreto de Angola, este ano o parlamento aprovou um novo pacote legislativo sobre a *media* que contempla a Lei de Imprensa, o Estatuto do Jornalista, a Lei de Radiodifusão, a Lei da Televisão e a Entidade Reguladora da Comunicação. O parlamento foi acusado de violar as regras do Direito Internacional dos Direitos Humanos, nomeadamente a Declaração Universal dos Direitos Humanos (art. 19º) e a Carta de Banjul (art. 9º). Internamente, essas regras são inconstitucionais porque violam os artigos 12º, 13º e 40º da Constituição da República de Angola e porque entendem a liberdade básica de expressão como sendo um risco não só para o progresso de Angola, mas também para outros estados sul-africanos.

Os novos *media* é um termo genérico que surge no séc. XXI, usado para definir tudo o que está relacionado com a internet e a interacção entre tecnologia, imagens e som, no fundo a evolução tecnológica dos *media*. Na verdade, a definição dos novos *medias* muda diariamente, e continuará a acontecer. De facto, os novos meios de comunicação evoluem e transformam-se continuamente.

Os principais lugares onde todos os indivíduos se encontram tem nome, propósitos, objectivos, funcionalidades e características diferentes. Algumas redes oferecem serviço de vídeo, outras de texto, outras de fotografia, mas todos eles ficam condensados na internet e com acesso disponível a qualquer momento. Por mais que o fenómeno da adesão em massa a estas plataformas se tenha dado recentemente, com especial crescimento nos últimos seis anos, a era moderna das redes sociais deu-se depois da viragem do século XX.

De todas as revoluções ocorridas no mundo da transmissão de conteúdo e informação, podemos citar as últimas transformações como uma nova escola. A propriedade da mensagem já não se restringe a quem sabe escrevê-la, nem aos veículos de divulgação. Temos vindo a presenciar a mutação do controlo do conteúdo de “privado” para “público”, onde toda a informação (ou grande parte dela) está disponível e com livre acesso.

É válido citar que o desenvolvimento dessa tecnologia só foi possível com o uso dos computadores, sendo considerado o pioneiro do sistema computacional moderno o popularmente conhecido “Eniac”, que “pesava várias toneladas. Ocupava um andar inteiro em um grande prédio, e para programá-lo era preciso conectar directamente os circuitos, por intermédio de cabos, em um painel inspirado nos padrões telefónicos” relembra Levy (2010, p.102), que acrescenta “foi esta inovação imprevisível, que transformou a informática em um meio de massa para a criação, comunicação e simulação”.

Logo, o computador também é considerado um meio de comunicação pelas funcionalidades que apresenta. Com a democratização da tecnologia tornou-se possível a construção de um aparelho a baixo custo, que popularizou o seu uso pelas camadas sociais de vários países.

Baudrillard (2010, p.94) afirma que “o homem moderno passa cada vez menos a vida na produção pelo trabalho e cada vez mais na produção e inovação contínua das próprias necessidades e bem-estar”. Esse facto pode ser verificado com o desenrolar do projecto da internet, que devido à forma como foi desenvolvido (em várias universidades diferentes), foi criado um sistema descentralizado de comunicação de modo que, se fossem alvo de ataques nucleares, a informação e a pesquisa militar sobreviveriam.

De acordo com a evolução do projecto, foram surgindo outras redes nas universidades que o desenvolviam, sendo possível então a conexão entre a rede da ARPA, ou ARPANET, com as restantes. Esse modelo foi então absorvido pelo mundo científico para fins exclusivamente militares até a abertura do uso das redes para o público em 1991, quando foi adoptado o nome “internet”, abrindo a exploração comercial sobre a tecnologia.

Gomes (2010, p.15) afirma que “em finais de 1995, o primeiro ano de utilização generalizada da WWW (*World Wide Web*), havia cerca de 16 milhões de utilizadores das redes de comunicação informática em todo o mundo. No início de 2001, havia mais de 400 milhões”, o que exemplifica a rapidez com que foi difundida a utilização de um novo meio de comunicação.

Os conteúdos que antes estavam disponíveis apenas fisicamente foram sendo transportados para o virtual, de forma que ficassem visíveis aos usuários da rede. Esse processo de digitalização conecta directamente os indivíduos às notícias.

“Assim, como houve tecnologias empregues pela revolução do século XVII, que causaram fenómenos como o da urbanização, do consumo e da comunicação de massa, certamente o que vale ressaltar como um factor diferenciador no contexto actual seja a velocidade do surgimento de novas tecnologias baseadas no uso da internet, que surpreende” Telles (2011, p. 17), e continua, “vivemos um momento da história no qual a mudança é tão veloz que só começamos a ver o presente quando ele está quase desaparecendo”.

A referida rapidez foi possível muito devido à massificação da utilização generalizada de aparelhos que tem a capacidade de aceder à internet. Computadores, *notebooks*, *smarthphones* e *tablets* possuem várias funcionalidades que permitem a criação imediata/instantânea de conteúdos e informação.

Mas antes dessa democratização do uso, o fenómeno de criar e partilhar informação, que já é hábito entre os próprios usuários, os computadores e a internet eram considerados simples veículos de comunicação de massa. De facto, o conteúdo que a internet disponibilizava, desde 1990 até início de 2000, era uma extensão do que era projectado para os consumidores nos meios de comunicação tradicionais.

Notícias e fotografias eram réplicas do que já havia sido divulgado. O usuário contentava-se em consumir a informação como se estivesse a ver televisão ou ler um jornal, sem colaborar com o seu ponto de vista ou complementar com algum conteúdo a que tivesse acesso. Enquanto a *web* ia chegando ao alcance de mais pessoas, muitas delas assumiram o seu papel de produtor/usuário, criando novas plataformas e ferramentas com que o público pudesse interagir.

“De mero espectador passivo da informação disponibilizada, passou a produtor de conteúdos, usando uma série de ferramentas como *blogues*, *wikis*, redes sociais, comunidades virtuais, *folksonomias*, entre outras tantas, para se expressar a nível global” (Gomes, 2010, p.14).

2.3. Instituição dos *media*

“Os meios de comunicação não representam o curso de uma organização coerente, mesmo que se possa falar colectivamente sobre “a instituição dos meios de comunicação”. Também não se pode supor que falar da instituição dos *media* é falar apenas sobre aquelas organizações que são produtoras de material de *media*. Assim, é importante perceber que os meios de comunicação são mais do que a soma dos seus textos” (Golding & Murdock, 2000). Segundo estes autores, pode haver algo para se inferir sobre a instituição dos *media*, mas nem tudo explica como e porque eles funcionam, ou como o fazem dentro de um contexto social, político e económico. Muitas instituições de *media* atingem grandes dimensões, apesar de não estarem directamente no negócio de produção e exibição, pois promovem a divulgação da informação. As operações como distribuidores ou portadores facultam a divulgação dos materiais dos *media* para o público.

“A instituição dos *media* exerce uma (grande) influência sobre o público, podendo ocorrer esta influência de forma imperceptível, perceptível, directa, indirecta e estruturante. Quando ocorre de forma directa estamos a falar de quando estamos expostos aos *media* sem que disso tenhamos ou não consciência; de forma indirecta, compartilhamos da influência de outros (pessoas/singulares e instituições/pessoas colectivas que foram influenciadas pelos *media* e que também nos influenciam. Depois, a influência estruturante que “sofremos” através dos *media* influencia a nossa “mente” individual selecciona, interpreta, assimila, tornando-se parte da ecologia do espírito da pessoa” (Bateson, 1972).

Também os estados de exposição aos *media* são variáveis e podem ser coexistentes, existindo 3 estado distintos: exposição física, quando a mensagem veiculada e a pessoa ocupam o mesmo espaço físico, por um período de tempo; a exposição sensorial, em que a recepção da mensagem é mobilizadora dos receptores e emissores sensoriais; e, a exposição mental, quando a mensagem é interpretada, reelaborada. Mas, apenas quando se registam, em simultâneo, os três tipos de exposição é que se gera um estado de atenção.

“Concomitantemente, as etapas do processamento da informação assentam nas decisões tomadas por cada pessoa sobre os conteúdos que está a receber dos *media*, sendo

cada pessoa um receptor-emissor altamente selectivo, havendo um conjunto de decisões que cada pessoa toma perante os conteúdos emitidos pelos *media*” (Potter, 2012).

Quanto às etapas do processamento de informação, do público, assentam em: filtragem, o individuo decide se a vai filtrar os conteúdos ou os ignora; a absorção o individuo decide se vai absorver o sentido literal da mensagem; e, a reconstrução dos significados quando decide se vai reconstruir os significados dos conteúdos interpretando-os. Esta última etapa da decisão é a que exige níveis elevados de competências de literacia mediática, é a mais profunda e varia de pessoa para pessoa.

Na realidade, “grande parte das vezes o público está a “absorver” informação sem estar consciente de que o está a fazer; havendo quatro estados distintos de exposição aos *media*. No primeiro, o estado automático, a pessoa não tem consciência de que está a processar os conteúdos e não controla os seus efeitos; no segundo, o estado de atenção, cada pessoa interage conscientemente com os conteúdos que está a processar e tem algum controle sobre os mesmos; no terceiro, o estado transportado, a pessoa emerge nos conteúdos e abstrai-se de outros estímulos da realidade e, por ultimo o estado autor reflexivo, onde cada pessoa está híper-consciente dos conteúdos emitidos e controla o processo de decisões que a sua mente está a tomar sobre os mesmos” (McQuail, 2010).

“Mas devemos questionar, porque razões as pessoas procuram utilizar os *media* sabendo que ficam expostas perante estas? As razões prendem-se com efeitos *imediatos*, como a aprendizagem (os *media* motivam a aquisição de algo que poderia não ser uma prioridade) e ao despertar (os *media* estimulam a pessoa, despertando o que nela já existia). Porém, isto acontece, também, com um efeito a longo prazo, sendo que os *media* estimulam a pessoa a despoletar novos modos de pensar e de agir e reforçam a influência sistemática mais profunda. A frequente exposição aos *media* potencia o reforço de crenças, atitudes, modos de pensar, afectos, comportamentos, entre outros” (Potter, 2012).

Esta exposição ao longo das décadas associou-se à inovação tecnológica e ao recurso a novas formas de acesso à informação. Em Angola também se verifica esta evolução, com o aumento do número de canais televisivos, de jornais online entre outros.

2.3.1 Papel e funções dos *media*

Actualmente, “vivemos numa sociedade amplamente mediatizada, marcada mais pelo fluxo de informação em tempo real, do que pelas antigas transmissões orais, de conhecimento e tradições” (Silveira & Côrte, 2011). Desta forma, e segundo Lipovetsky (2007), “a *media* apresenta estratégias de formatação de comportamentos e identidades”. “Existe, pois, um jogo dialéctico entre a *media* e os sujeitos que com ela se deparam, na medida em que estes apresentam tácticas peculiares de absorção e aplicação dos conteúdos mediáticos” (Silveira & Côrte, 2011).

As expressões mediáticas são centrais na sociedade em que vivemos, contribuindo para a informação e para o debate de temas de relevância social, como o Estado, o governo e a sociedade. Matos (2010, p. 1) refere que a *media* tem como função desempenhar um papel de comunicador público quando “informa, fiscaliza, discute, debate, critica, analisa, explica, interpreta, acusa e cobra”. Segundo esta perspectiva, “as palavras e os conteúdos mediáticos, penetram e circulam nas relações sociais como uma cadeia de enunciações construtiva de valores” (Stachesky, 2012).

Os *media* exercem um papel importante na sociedade, ajudam a entender a realidade do lugar onde se vive, mesmo quando fragmentada, simplificada e estereotipada. Nesta linha de pensamento, podemos considerar que os *media* exercem um papel crucial na definição e reforço dos traços culturais de uma sociedade.

Mais recentemente, McQuail (2000, p. 4) define o termo «*media* de massas» como sendo “uma abreviatura para descrever meios de comunicação que operam em grande escala, atingindo e envolvendo virtualmente quase todos os membros de uma sociedade em maior ou menos grau. Refere-se a meios de comunicação social familiares e há muitos estabelecidos, como jornais, revistas, filmes, rádio, televisão e música gravada. Tem uma fronteira mal definida com novas espécies de *media* que diferem sobretudo por serem mais individuais, diversificados e interactivos, dos quais a internet é o melhor exemplo”.

Os *media* assumem, assim, poder na transmissão da cultura. Falar de meios de comunicação social, enquanto elementos de regulação cultural, é envolver num só desígnio

uma série de dimensões da sociedade tão desiguais quanto semelhantes. São os *media* que nos trazem o que se passa no mundo, nos mostram outras culturas, resumindo que nos entregam tudo o que existe em nosso redor.

“A cultura também nos chega através dos *media*, ou pelo menos alguma, sendo a sua qualidade outra variável em questão. De facto, a ligação entre a comunicação e a cultura surge desde a criação dos primeiros meios de comunicação social. Apesar da existência de meios de transmissão de cultura, como a educação ou a família, é inegável o poder que os *media* exercem sobre um número elevado de indivíduos, cabendo aos últimos efectuar a correta filtragem para absorverem a cultura que lhes importa” (Silva, s/d).

Para Breton (1994, p. 123), os *media* “passaram a ser o único lugar onde estão as informações que hão-de permitir decodificar os diferentes universos em que evoluímos, atribuindo aos meios de comunicação social o poder de orientação dos indivíduos na sociedade”.

2.3.2 Paradigmas e modelos de comunicação dos *media*

“Quando reflectimos sobre os paradigmas e modelos de comunicação que os *media* geralmente utilizam, verificamos que há bastantes referências quanto a isso. Se nos debruçarmos sobre os paradigmas da comunicação poderemos encontrar informação sobre o paradigma funcionalista-programático (Modelo de Laswell, Modelo de Lazarsfeld, Modelo de Klapper, Modelo de usos e satisfações), o paradigma matemático-informacional (Modelo teórico-matemático da comunicação, Modelo de Berlo, Modelo de Schramm), paradigma conceitual ou crítico-radical (Escola de Frankfurt, Modelo do agir comunicacional), paradigma conflitual-dialéctico (Modelo da proposição marxista, Modelo da dependência, Modelo neomarxista), paradigma culturológico (modelo teórico-cultural, Estudos culturais), paradigma mediológico (Modelo do meio comum como a mensagem, medialogia francesa), a pós-modernidade (Modelo teórico-*mediativo* e Modelo teórico-recepcional) e o paradigma horizontal-interaccionista (Modelo de virtualização e o Modelo de fissura tecnológica)” (Polistchuk & Trinta, 2003).

McQuail (2010) refere que a “crítica do paradigma dominante também tem vários elementos, e o que se segue é uma imagem composta de tecido de diferentes vozes que nem sempre estão de acordo. Em particular, há é uma linha teórica e metodológica de crítica que é distinta das objecções normativas. De um ponto de vista pragmático, o modelo de transmissão simples não funciona por um número de razões: há sinais que simplesmente não atingem os receptores, ou não aos que se destinam; mensagens que não são entendidas da forma como são enviadas; e há sempre muito “ruído” nos canais que distorcem a mensagem”. O mesmo autor continua afirmando que, “mais amplamente, o “paradigma alternativo” repousa sobre uma visão diferente da sociedade, que não aceita a vigente ordem liberal-capitalista como justa ou inevitável, também não aceita o modelo racional-calculista, ou o modelo comercial”.

Em suma, as diferenças de abordagem entre paradigmas dominantes e alternativos são arraigados, e a sua existência sublinha a dificuldade de ter qualquer tipo de “ciência da comunicação” unificada. As diferenças decorrem também da própria natureza da comunicação (massa), que tem de lidar com a ideologia, valores e ideias e não pode escapar de ser interpretado dentro dos quadros ideológicos.

2.3.3 O poder da televisão e como ele se exerce

Atendendo a que a televisão, como refere Sara Pereira (2007, p.11) “é para a maioria da população o principal instrumento de percepção do mundo, contribuindo para construir e modificar as representações de e sobre o mesmo”, considera-se que de todos os *media* populares, a televisão ilustra o poder da comunicação de massa. Para McQuail (2000, p. 4) «media de massas» é “uma abreviatura para descrever meios de comunicação que operam em grande escala, atingindo e envolvendo virtualmente quase todos os membros de uma sociedade em maior ou menos grau. Refere-se a meios de comunicação social familiares e há muitos estabelecidos, como jornais, revistas, filmes, rádio, televisão e música gravada. Tem uma fronteira mal definida com novas espécies de media que diferem sobretudo por serem mais individuais, diversificados e interactivos, dos quais a Internet é o melhor exemplo”.

Os *media* assumem assim poder na transmissão da cultura. Falar de meios de comunicação social enquanto elementos de regulação cultural é envolver num só desígnio uma série de dimensões tão desiguais quanto semelhantes da sociedade. São os *media* que nos trazem o que se passa no mundo, mostram-nos outras culturas, resumindo divulga-nos tudo o que existe em nosso redor.

“A cultura também nos chega através dos *media*, ou pelo menos alguma, sendo a sua qualidade outra variável em questão. De facto, a ligação entre a comunicação e a cultura surge desde a criação dos primeiros meios de comunicação social. Apesar da existência de meios de transmissão de cultura, como a educação ou a família, é inegável o poder que os *media* exercem sobre um número elevado de indivíduos, cabendo aos últimos efectuar a correta filtragem para absorverem a cultura que lhe importa” (Silva, s/d). Enquanto os membros da indústria consideram que a televisão é tendencialmente o entretenimento das pessoas. Porém, de acordo com James Potter, fica claro que o efeito da televisão é muito mais amplo e poderoso em todos os seus domínios de comunicação de massa (vg Capítulo 3 - Influência: estados de exposição aos *media*).

De facto, Barbero (2010) refere que têm sido “associadas qualificações à televisão como *estado, local, regional, proximidade*, e torna-se importante analisar e mapear esta questão da proximidade que a TV nos tem trazido. Tem havido um fortalecimento tanto da figura da televisão que legitima a cada dia a onnipresença mediadora do mercado e a perversão da política, como também aquelas outras figuras em que podemos distinguir novos atores e dinâmicas de emancipação social e de cidadania”. Neste sentido, Denis McQuail (1994) afirma que “a televisão é a “arena” quer dizer que é um lugar confinado onde são apresentados conteúdos de âmbito nacional e internacional estando neles contidos concepções de sociedade, a legislação que a enquadra, moral que regula o comportamento dos cidadãos, dos grupos e das instituições e a identidade cultural nacional como meio de promoção da diferenciação”.

Deste modo, perfilhando a opinião de Sara Pereira “ a televisão assume, pois, um papel particularmente relevante e central, apresentando-se como uma actividade que influencia e é influenciada pela sociedade em que é produzida” (2007, p.12).

Mas, sobre o poder da televisão, sabemos há muito que, o conteúdo emocional de filmes e programas de televisão, pode afectar a saúde psicológica. Na verdade pode afectar directamente o humor e, então, produzir efeitos em muitos aspectos do pensamento e comportamento de cada espectador. Se o programa de TV gera experiências negativas de humor (por exemplo, ansiedade, tristeza, raiva, repulsa), essas experiências afectarão a maneira como cada telespectador ou pessoa exposta frequentemente a este *media* irá perceber os eventos do seu dia-a-dia.

Segundo Pedro Coelho (2005) “a sociedade actual encontra-se alicerçada num fosso crescente entre a elite decisora e a massa, onde os meios de comunicação social, ao invés de ampliarem a discussão racional, fortalecem o conformismo que transforma a opinião pública numa entidade difusa, a que a elite recorre, apenas, porque necessita do peso do número para legitimar a sua acção política”.

De facto este autor defende que “a opinião pública encontra-se sujeita a fortes interesses que, recorrendo à propaganda, ao marketing político e aos meios de comunicação social se servem do peso desses mesmos interesses para alcançarem os seus propósitos”. O autor, desenvolveu um estudo na sua tese de doutoramento, “onde destaca a acção dos meios de comunicação social, sobretudo da televisão”, para concluir que “a lógica da maximização das audiências facilita a progressão de uma sociedade atomizada, isto é uma sociedade que se desagrega, porque veêm ser-lhes retirado todas as referências que apelem ao pensamento, ao debate e a discussão racionais, com vista à formação de uma verdadeira opinião” (Coelho, 2015, p.24).

Assim, a televisão pode funcionar como um motor de proximidade ou, ao invés, contaminar as relações através de técnicas de marketing, em nome da busca incessante de audiências. Pedro Coelho (2013) defende que “há públicos remanescentes, isto é, sujeitos livres que resistem, que pensam e discutem a realidade, tentando encontrar formas de influenciarem a massa num sentido que lhe permita inverter a lógica que orienta a sua acção. É a partir daqui que podemos pensar a televisão como sendo uma televisão de proximidade, visto que os canais de televisão podem contribuir para a progressão do espaço público”. Falamos de um autor que se assume como jornalista de televisão e que analisa na primeira pessoa esta temática de uma forma que reflecte a ligação apaixonada que ainda mantém com

esse objecto, mas, simultaneamente, que questiona a lógica de que a televisão se tornou refém de tal forma que deixa reflectir na sua escrita algum desencanto com a profissão.

“A “televisão de proximidade” reflecte o facto de o público permanecer fiel às suas próprias sociedades. A proximidade cultural é a noção intuitivamente atraente de que as pessoas irão gravitar para os *media* da sua própria cultura. Num mundo em que populações diversas acedem a ambientes de *media* cada vez mais abundantes, a proximidade surgiu como uma importante construção teórica para explicar o comportamento do público. O surgimento da produção regional de *media* é consistente com as noções de proximidade. Para que o conteúdo possa melhor ressoar junto dos espectadores, o conteúdo e o espectador devem existir na mesma linguística cultural” (Ksiazek & Webster, 2008).

Continuando a seguir a perspectiva de Pedro Coelho, “a extensão e conexão da televisão aos *media* e internet também acentuou o factor de aproximação das populações. Espectadores em Angola ou em Portugal podem assistir aos mesmos programas, visto que a Internet se tornou uma plataforma de acesso privilegiado aos conteúdos informativos televisivos, no entanto revelou-se e tem-se revelado incapaz de gerar receitas que suportem um jornalismo de qualidade, pelo que a ameaça que pesa sobre a investigação jornalística é real e de consequências potencialmente devastadoras” (Coelho, 2015, p. 108).

No mesmo sentido Contreiras e Palácio (2001) referenciados por Sara Pereira que afirma que a “actividade de programar é considerada a operação-chave dos processos de comunicação das televisões” (2007, p. 12). Para esta autora, “a programação é entendida como um fluxo contínuo e não como um mero catálogo de programas. Este fluxo é pensado e definido estrategicamente em função do conteúdo das emissões, dos dias, das horas e da época de emissão, dos recursos disponíveis para adquirir programas, dos hábitos, dos gostos e características sociodemográficas dos telespectadores e das grelhas de programação dos outros canais. Daí que os conteúdos dos programas emitidos manifestem as orientações sociais, culturais e políticas, não apenas, inscritos na filosofia do próprio canal de televisão, como também, do modo como pensam essas dimensões da sociedade, as pessoas, os grupos e as instituições a que os conteúdos se referem. A neutralidade não existe na comunicação de massas e, através dos paradigmas e modelos de comunicação apresentados no capítulo. Disso damos conta. Compete aos produtores de conteúdos, seja ele jornalista ou outro

profissional, integrar os diversos pontos de vista sobre o mesmo facto para que o telespectador possa pensar e elaborar a sua opinião a partir do máximo de dados que lhes foram veiculados nos programas” (ibid).

Em suma, entende-se que a televisão exerce diferentes tipos de poderes sobre os espectadores. Podemos entender que “a televisão de proximidade assume uma função social” (Coelho, s/d), que permite que os espectadores fiquem dotados de instrumentos que lhes permite questionar aquilo que vêm podendo participar de forma mais activa em processos de tomada de decisão.

2.3.4 Ética e Deontologia

“Do ponto de vista etimológico, o termo *ético* deriva do grego, do termo *éthikos*, correspondendo aquilo que pertence ao carácter. É um termo já muito antigo, mas que nas duas últimas décadas se revelou um dos grandes eixos de preocupação e discussão entre os diferentes grupos de pessoas” (Di Domênico & Di Domênico, 2014).

Vázquez (1995) define ética como “a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade e de facto”. Para Nosella (2008, p. 256), ética corresponde a “um ramo da filosofia que fundamenta cientificamente e teoricamente a discussão sobre valores, opções (liberdade), consciência, responsabilidade, o bem e o mal, o bom e o ruim”.

Na opinião de Aurélio Ferreira (2005, p. 383) ética corresponde ao “estudo dos juízos de apreciação referentes à conduta humana, do ponto de vista do bem e do mal”, mas também pode ser definida como um “conjunto de normas e princípios que norteiam a boa conduta do ser humano” (Ferreira, 2005, p. 383).

Como salienta Ferreira (2007, p. 10), “ética baseia-se nas fronteiras - entre legal e ilegal, lícito e ilícito, justo e injusto. [E por isso,] as considerações de ordem ética manifestam-se com muita peculiaridade. Examinar um dever ético vem a cair em apreciações do íntimo de cada um, análises da nossa conduta perante os outros, o que extravasa das regras da moral comum”.

Valls (2006) explica que “os problemas teóricos da ética podem ser divididos em dois campos. O primeiro, abarcando os problemas gerais e fundamentais como a consciência, liberdade, valor, bem, lei, de entre outros e o segundo, englobando os problemas específicos de aplicação concreta como a ética profissional, ética política, ética sexual, bioética, etc”.

Ferreira (2007) explica que a “ética não é uma realidade quantificável e comporta constrangimentos, renunciando ao que pode injustamente trazer benefícios para o indivíduo e portanto, a conduta ética supõe a existência de generosidade, suscitando juízos de consciência que pressupõem: a não violação dos limites de outrem; o não tornar os outros infelizes ou injustiçados; o abdicar do que não for justo e correto”.

Na perspectiva, para Cortina e Martínez (2005) a “ética assume três funções: a primeira, é esclarecer o que é a moral, quais os seus traços específicos; a segunda é fundamentar a moralidade, isto é, procura averiguar quais são as razões que dão sentido ao esforço dos seres humanos de viver moralmente; e por fim, a terceira é aplicar aos diferentes âmbitos da vida social os resultados obtidos nas funções anteriores, de maneira que se adopte uma moral crítica e não a de subserviência a um código”.

“O termo deontologia encontra a sua origem no grego, derivando de dois termos – *déon* ou *déontos e logos* – onde o primeiro significa dever, o que fazer e o segundo significa discurso ou tratado” (Dias, 2011). “Nesta ordem de ideias, deontologia remete para a ciência dos tratados” (Dias, 2004), ou seja, para o tratado do dever ou o conjunto de deveres, princípios e normas adoptadas por determinado grupo profissional.

“De fato deontologia e ética são dois conceitos que andam lado a lado, onde deontologia se traduz numa disciplina de ética especial ajustada ao exercício profissional. A deontologia corresponde à aplicação da ética na vida profissional, através de regulamentação, de lei ou de auto-regulação dos profissionais, dos seus direitos e deveres” (Ferreira, 2007).

“O conhecimento dos direitos e deveres baseia-se nos juízos do bem ou mal, aprovação ou desaprovação, correcto ou do incorrecto, considerando o juízo real por parte da sociedade e da comunidade profissional em causa” (Pinto, s/d, citado por Dias, 2011).

O termo deontologia surgiu pela primeira vez em 1834, apresentado pelo filósofo inglês Jeremy Bentham para falar sobre ética, onde o objecto de estudo é o fundamento do dever e das normas, pelo que deontologia também é conhecida por *Teoria do Dever*. Bentham (1834, citado por Dias, 2004, p. 167) explica que “o objecto da Deontologia consiste em ensinar o homem a dirigir os seus afectos, de maneira a que eles sejam o mais possível subordinados ao bem-estar. Cada homem tem as suas penas e os seus prazeres, que lhe são próprios, e com os quais o resto dos homens não tem qualquer relação; há, também, os prazeres e as penas que dependem das relações com os outros homens, e os ensinamentos do Deontologista têm por objectivo aprender, num como noutro caso, a dar ao prazer uma direcção tal que lhe permita ser produtivo para outros tipo de prazer; e a dar uma tal direcção à pena que a torne, na medida do possível, uma fonte de prazer ou, pelo menos, que ela seja o menos pesada possível, suportável e, assim, tão transitória quanto possível”.

“Estas regras e normas de que se falam em deontologia traduzem-se nos, tão conhecidos, Códigos Deontológicos que reúnem as características de determinado grupo profissional que se identifica com as suas regras, aderindo às mesmas e incluindo as restrições subjacentes” (Dias, 2011).

“Em jeito de apontamento, importa aqui referir que o Código Deontológico surge através de algumas características que subjazem à evolução do ser humano, bem como da própria sociedade, sendo que o primeiro Código Deontológico surgiu em 1794, da autoria de Thomas Percival, em forma de panfleto e com foco na área da medicina” (Dias, 2011). Baker (1999) salienta que “este Código Deontológico emergiu numa época onde praticamente não existia ética normativa e por isso, imperavam os conceitos de virtude, honra e carácter”.

“Os elementos fundamentais presentes nos códigos deontológicos referem-se: à substituição da autoridade pela responsabilidade; ao estabelecimento de um acordo quanto a *standards* comuns clarificando valores profissionais; à minimização dos desvios pessoais na actuação profissional; ao fornecimento de um modelo de conduta que assegura a independência do trabalhador em relação à entidade empregadora em nome do serviço prestado a outros” (Baker, 1999; Mercier, 2003).

Na verdade, importa aqui destacar a ideia de que “a deontologia é uma disciplina da ética especialmente adaptada ao exercício de uma profissão. Em regra, os códigos de deontologia têm por base grandes declarações universais e esforçam-se por traduzir o sentimento ético expresso nestas, adaptando-o às particularidades de cada profissão e de cada país” (Carapeto & Fonseca, 2012, p. 11).

“Contudo, para terminar, importa salientar a ideia presente no artigo e deixar claro que há classes profissionais que têm vindo a elaborar Códigos de Ética, no entanto, mas é mas aceitável estabelecer regulamentação de conduta a adoptar na prática profissional, como os Estatutos ou Códigos Deontológicos determinantes de regras de bom desempenho da profissão” (Ferreira, 2007).

2.4. *Media* e democracia

“As liberdades de informação e de comunicação constituem um dos pilares das sociedades democráticas, contudo, dependem de influências que configuram o seu exercício. Estas pressupõem diferentes liberdades interligadas, nomeadamente, a liberdade de informar, opinar e dar a conhecer. Desta forma, no que toca à liberdade do indivíduo poder informar-se, esta encontra-se dependente da possibilidade deste ter acesso à informação e a opiniões relevantes, de forma a poder exercer eficazmente a sua cidadania” (Barreiros, 2012).

“Os *media*, segundo fins de mercado, revelam-se insuficientes, na aferição da respectiva incidência nos aspectos relevantes de interesse público” (Barreiros, 2012). “A liberdade de informação passa então a ser condicionada pela liberdade comercial, que impõe obstáculos à produção de conteúdos jornalísticos e compromete seriamente a democracia, por sua vez debilitada, por uma circulação não “livre” das informações” (Gomes, 2011). “Esta dominação cultural, e formatação do indivíduo e das massas, torna-se assim uma ameaça, no sentido em que restringe a possibilidade destas se poderem manifestar democraticamente e conscientemente” (Adorno & Horkheimer, 1972 cit. in Gomes, 2011).

3. A INFLUÊNCIA: ESTUDO DOS *MEDIA*

3.1 Conceito de base: influência

As tecnologias estão cada vez mais presentes na vida das pessoas. Num âmbito social, profissional, educativo ou pessoal, os *media*, bem como as ferramentas tecnológicas influenciam diversas áreas em que os indivíduos estão inseridos, como a sociedade, a cultura, o modo como se vive e interage com o mundo.

Se por um lado os *media*, e de forma mais específica a televisão, trouxeram muitos benefícios como sejam entretenimento, rapidez e clareza de informação, programações educativas, influência da moda e cultura de outros sítios, por outro lado, desencadeou alguns problemas para a sociedade e seus cidadãos, através da manipulação de conteúdos e notícias, da substituição do tempo das pessoas pela assiduidade por exemplo à televisão, substituição dos livros pelos filmes e muitas vezes até dos relacionamentos interpessoais.

Contudo, todos estes factores menos positivos podem ser ultrapassados ao serem geridos numa perspectiva mais alargada, pois, numa época cada vez mais globalizada, competitiva e informatizada, é muito importante que os indivíduos possam tirar vantagem dos *media* para obter benefícios e potenciar novas competências de ensino e de aprendizagem. Estas novas competências podem ser consideradas, através da audiência de programas televisivos, em diversos âmbitos, educativos, culturais, sociais, políticos, gastronómicos, entre outros. Por isso a televisão é considerada um dos *media* mais influentes da actualidade.

Num estudo sobre as medidas de exposição da televisão e as suas influências em adolescentes, James Potter e Chin Chang (2009) referem a existência de cinco operacionalizações diferentes perante uma exposição total à televisão e afirmam poder prever algumas capacidades, dados os efeitos resultantes dessa elevada exposição. A televisão evidencia também algumas potencialidades no intuito de promover espaços mais igualitários de acesso a informação, ao entretenimento e a novas aprendizagens.

Vivemos actualmente numa era marcada pelas tecnologias e a televisão tem vindo a ser uma ferramenta com contributo significativo na globalização das comunicações, das relações, da cultura, do ensino e também da aprendizagem.

O tema das tecnologias é discutido no dia-a-dia tanto na esfera particular dos indivíduos, como nas organizações, porque de facto este fenómeno passou a ter um impacto significativo na vida das entidades sejam elas particulares ou colectivas. Importa no entanto, entender o verdadeiro conceito, seus contributos e seus impactos na actualidade e na vida dos cidadãos.

Nos últimos anos, tem-se verificado na sociedade, o crescimento vertiginoso das valências da televisão, a qual tem alterado, por exemplo, o modo como as pessoas se relacionam entre si, bem como as suas práticas no âmbito profissional, de lazer, social, cultural, educacional e até mesmo político.

Os autores Potter, Warren, Vaughan, Howley, Land e Hagemeyer (1997), referem que a influência da televisão é tão acentuada que, nos seus estudos sobre as comparações entre a televisão e a violência, de entre muitos resultados apontados por inúmeros estudos na área, um deles retracta as baixas taxas de punição, altas taxas de ausência de consequências negativas e alta prevalência de intenções, o que se acredita poder aumentar a probabilidade da influência negativa por esse tipo de conteúdo.

Ainda referindo dados dos seus estudos, Potter (1997), enfatiza que os efeitos dos *media*, apontados através de uma pesquisa documentada sobre os problemas de comportamento associados à visualização de agressividade na televisão, demonstram que a violência pode ter um efeito devastador sobre os espectadores.

No mesmo sentido, apontam as conclusões do estudo realizado por Banerjee, Greene, Krcmar e Bagdasarov (2009), a 773 estudantes universitários. Com base nos resultados do inquérito de uso da TV, analisando 33 programas e a quantidade de agressão verbal incluídas nestes programas, verificou-se que em de uma forma geral, o uso da TV está positivamente associado a condução arriscada, a lutas, a conflitos, a delinquência, a consumo de álcool e a uso de drogas.

“Nos casos mais específicos, como o das crianças, muitos investigadores tem dedicado seu tempo e seus estudos a tentar resolver o que podem fazer para protege-las dos efeitos nocivos da violência pela televisão” (Potter & Warren, 1996). Algumas acções alternativas tem sido planeadas neste âmbito, como a exibição de uma classificação de violência para cada programa e a limitação da exibição de programas violentos. No ano de 1996, segundo os autores, o Congresso aprovou a petição Telecomunicações e Lei de Regulamentação, que, entre outras coisas, adoptaram estas duas primeiras propostas.

“Estamos focados em padrões contextuais nos retratos de violência na televisão. Estes padrões são construídos através do que a televisão mostra, atitudes tais como a interacção violenta e danos às vítimas sem punição aos autores. Nota-se que que as interpretações dos espectadores são susceptíveis de ser reforçados e influenciadas, na qual muitas vezes interpreta-se que a violência é frequentemente impune e socialmente aceitável” (Potter & Smith, 1999).

Todos estes exemplos referidos sobre a violência, em suma, pretendem enfatizar não só o risco elevado do mal gerenciamento do tempo e das escolhas dos programas televisivos, mas também a influência da utilização da TV. Vale a pena referir que apesar dos exemplos dados em maior escala terem conotação negativa (exemplos de violência), a análise realizada durante este estudo é sobre a influência em si, quer positiva quer negativa, demonstrando a real capacidade deste *media* em direccionar os comportamentos e acções humanas.

3.2 Estados de influência

O processo de averiguação de explicações sobre como a violência na televisão influencia as atitudes e comportamentos dos sujeitos através das percepções que o espectador retira dos seus conteúdos, tem despertado cada vez mais interesse.

Potter (1995) refere muitas vezes nos seus estudos a presença actual nos programas televisivos de duas dimensões de realidade. A realidade replicada e a realidade

contextualizada. Estas duas realidades muito têm a ver com os estados de influência dos *media* e neste caso, da televisão.

“A realidade replicada direcciona-se pela comparação das características retractadas pelo mundo real, tais como a demografia das vítimas. Noutro contexto, a realidade contextual é uma inferência construída a partir da variável de intenção, motivação, recompensa. Ou seja, independente da consequência a que se quer atingir, se constrói a realidade” (Potter, Vaughan, Warren, Howley, Land & Hagemeyer, 1995).

Segundo Potter e Smith (2000) e algumas revisões da literatura (Bryan & Schwartz, 1971; Comstock, Chaffee, Katzman, McCombs, & Roberts, 1978; Comstock & Strasburger, 1990; Hearold, 1986; NTV, 1997; Paik & Comstock, 1994; Potter, 1999) concluiu-se que a exposição à violência na televisão representada com características contextuais particulares, pode levar à busca de efeitos negativos como o medo, a dessensibilização, e desinibição.

“A exposição a retracts altamente gráficos de violência são mais propensos a levar ao medo, bem como a desinibição no curto prazo e dessensibilização a longo prazo, já que as narrativas da televisão são complexas. Os retracts da televisão servem para trazer os espectadores mais próximos à acção e, assim, fazer com que uma acção possa ser mais real ou mais chocante. No caso de acções chocantes, podem representar até mesmo danos físicos às vítimas” (Potter & Smith, 2000).

A representação da televisão leva o espectador a mover a ficção para a realidade. A TV tenta evidenciar essa acção desde a escolha dos ângulos das câmaras, até a trilha sonora, minuciosamente pensada. Assim, a representação de uma cena é altamente enquadrada com os objectivos que se pretende atingir, como divertir, causar medo, pânico, nojo e outras variadas reacções.

Parte II

Estudo Empírico

4. METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

4.1. Finalidade

Esta temática vem ao encontro da realidade em que a investigadora está inserida, enquanto cidadã Angolana residente em Portugal e surgiu da necessidade de inferir até que ponto a RTP África é um elo de comunicação entre Angola e Portugal e da constatação de que existe pouca ou nenhuma investigação neste âmbito.

Neste intuito, optou-se por conhecer o canal televisivo português “RTP África” e identificar como Angola é comunicada nos programas emitidos pelo referido canal, no período de 5 á 15 de Novembro.

Todas as dimensões foram pensadas tendo por base a aproximação cultural, política, linguística e das relações entre Portugal e Angola.

A dimensão sociocultural é estudada a partir da influência dada pela televisão, por constatarmos muitas parecenças entre gastronomia, música, entretenimento, moda e costumes/hábitos gerais entre os dois países, factos, esses, verificados a partir do conteúdo dos programas televisivos.

A televisão foi escolhida, entre os *media*, por verificarmos que é um dos meios de comunicação mais influentes, e mais generalizado no que diz respeito ao número de telespectadores. Como refere Sara Pereira (2007, p. 11) “é para a maioria da população o principal instrumento de percepção do mundo, contribuindo para construir e modificar as representações de e sobre o mesmo”.

A amostra alvo do estudo, dez cidadãos angolanos e dez portugueses residentes em Portugal (Aveiro), foi escolhida a partir da realidade sociocultural vivenciada pelos dois países.

4.2 Opções metodológicas: quantitativa e qualitativa

Tartuce (2006) aponta que a “metodologia científica trata de método e ciência. Método (do grego *methodos*; *met'hodos* significa, literalmente, “caminho para chegar a um fim”) é, portanto, o caminho em direcção a um objectivo; metodologia é o estudo do método, ou seja, é o corpo de regras e procedimentos estabelecidos para realizar uma pesquisa; científica deriva de ciência, a qual compreende o conjunto de conhecimentos precisos e metodicamente ordenados em relação a determinado domínio do saber”.

A metodologia utilizada nesta tese é predominantemente quantitativa, apenas o método de recolha de dados é qualitativo. A mesma tem como característica um ambiente realista do qual a investigadora possa fazer parte durante todo o tempo de recolha de dados. A natureza qualitativa e o método de apresentação de dados serão descritivos, os resultados são descritos com base num processo indutivo através das percepções que se obtém vendo os programas.

“A **pesquisa qualitativa** não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adoptam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria. Assim, os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da 32.EAD vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa” (Goldenberg, 1997, p. 34).

A **pesquisa quantitativa** esclarece Fonseca (2002, p. 20), “diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objectividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenómeno, as relações entre

variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente”.

4.3 Questões de investigação e objectivos

Questões de Investigação

As questões de investigação vêm ao encontro da realidade vivenciada entre Angolanos e Portugueses, residentes em Portugal com o objectivo de destacar os contributos que o canal televisivo RTP África apresenta no meio sociocultural destes sujeitos alvo de amostra. Neste sentido, as questões que motivam este estudo são:

1. Qual a missão do canal RTP África?
2. Como a RTP África comunica Angola nos programas emitidos durante o período alvo do estudo?
3. Quais as orientações dos 10 sujeitos alvo- angolanos, residentes em Aveiro, Portugal, que integram a amostra, acerca da comunicação sobre Angola, transmitido pelo canal RTP África, nos programas emitidos, no período alvo do estudo?
4. Quais as orientações dos 10 sujeitos alvo- portugueses, residentes em Aveiro, que integram a amostra, acerca da comunicação sobre Angola, transmitida nos programas alvo do estudo da RTP África, no período alvo do estudo?

Objectivos gerais

- Conhecer o canal televisivo da RTP – RTP África;
- Compreender as orientações dos sujeitos alvo da amostra acerca do canal RTP África. Averiguar se a programação emitida é ou não um motor de aproximação entre angolanos e portugueses.

- Identificar como Angola é comunicada nos programas emitidos pela RTP África, no período alvo do estudo;
- Identificar os níveis de relevância vs não relevância, indicados pelos sujeitos-alvo da amostra, a partir de categorias de recolha e análise previamente definidas, dos programas transmitidos sobre Angola, nas emissões alvo do estudo.
- Identificar as preferências dos sujeitos-alvo da amostra, acerca do tipo de programas sobre Angola que gostariam de ver emitidos pela RTP África.

Objectivos Específicos

- Elencar os programas de televisão emitidos pela RTP África mais referenciados pelos sujeitos que constituem a amostra, durante o período em estudo.
- Verificar a influência dos programas emitidos pela RTP África, na formação de opinião dos sujeitos sobre Angola.

O presente estudo decorreu em Portugal tendo ocorrido a recolha de dados para análise no período de 5 a 15 de Novembro de 2016. Este estudo começou com a busca pela localização de angolanos residentes em Aveiro para podermos constituir a amostra de sujeitos-alvo.

4.4 Amostra: constituição, critérios e organização

A amostra constituída corresponde a uma amostra não probabilística, uma amostra de conveniência. O recurso a este tipo de amostra justifica-se pelo facto de, para definir um critério estatístico, ser necessário o conhecimento aprofundado da composição da população e da probabilidade de cada individuo ser seleccionado. Tal tarefa não se mostrou ser exequível dada a falta de informação disponível, pelo que a opção tomada foi seleccionar uma amostra que fosse acessível.

A amostra em estudo é constituída por dois grupos de sujeitos, 10 angolanos (Grupo 1) e 10 portugueses (Grupo 2), todos eles residentes em Aveiro e telespectadores da RTP África.

A análise de programas foi feita a partir da grelha do dia da independência de Angola e da programação sobre Angola emitida pelo canal televisivo RTP África no período de 5 a 15 de Novembro de 2016.

4.4.1 Métodos e técnicas de recolha e análise dos dados

Para a presente dissertação o instrumento de pesquisa seleccionado foi a técnica de inquérito por questionário que apresentamos de seguida.

A escolha do instrumento de pesquisa teve em conta a natureza, a finalidade e objectivos definidos. O inquérito tinha como objectivo recolher as orientações *vs* opiniões dos portugueses e angolanos, que constituem a amostra, em relação ao lugar que Angola ocupa nas emissões transmitidas pela RTP África, e que tipo de programas *vs* conteúdos temáticos sobre Angola são abordados, no período estudado.

Para tal foram inquiridos os 20 sujeitos, organizados em dois grupos, como já referimos anteriormente. A colaboração foi solicitada, os objectivos claramente expostos e a confidencialidade das informações obtidas foi garantida.

Para a recolha dos programas emitidos pela RTP África sobre Angola, no período em estudo, utilizámos o método descritivo e, para o efeito, definimos como eixos de classificação e organização da recolha e análise de dados: dia, horário, programação, tema, formato, género, duração, origem.

4.4.2 Significados de cada uma das categorias de acordo com o dicionário da língua portuguesa

Dia e horário: “o período de funcionamento de um determinado serviço ou actividade regular”. “As horas determinam as probabilidades de audiência” (Pereira, 2007, p. 36). A programação pressupõe o conhecimento dos estilos de vida das diferentes classes de telespectadores. Pelo que os horários de transmissão, resultam da interpretação dos canais emissores sobre os interesses e as disponibilidades dos públicos-alvo para estarem expostos à televisão.

Duração: “tempo de existência de alguma coisa”. Neste caso do programa televisivo.

Programação: “ conjunto e organização dos programas”. “No contexto da televisão a programação “ requer, por um lado, um conjunto de espaços televisivos disponíveis e, por outro, uma organização temporal na distribuição desses espaços” (Pereira, 2007, p. 32). Sara Pereira interpretando Rizza (1990, p.21) afirma, “é através da grelha que o emissor lança o seu desafio, declara a sua própria identidade, projecta um público e uma audiência, valoriza as suas emissões e os seus blocos horários”.

Tema: “assunto de que se trata ou que se quer desenvolver” ou seja, no contexto do estudo, podemos considerar que o tema é uma unidade do sentido dos conteúdos audiovisuais transmitidos.

Formato: “forma de organizar ou apresentar algo; organização; características (de um programa de televisão por exemplo)”.

Género: segundo McQuail (1994, p.263) “o género é uma categoria que faz a mediação entre a indústria e a audiência” é um instrumento prático para a produção estabelecer a sua relação com as expectativas dos compradores. Sara Pereira (2007, p.53) interpretando Jost (1997, 2001) afirma que “o género é um instrumento que permite agir sobre o telespectador” (ibid). Pereira adoptando a linha de pensamento de Jost, refere, também, a existência de três “modos de enunciação que definem, por sua vez, a atitude ou a intenção do emissor (produtor, programador); o modo informativo – agrupa as emissões que informam sobre o mundo, a actualidade, e nos põem em contacto com ele – exemplo documentário,

reportagem, notícias, debate; o modo ficção - procura construir um mundo, quaisquer que sejam as semelhanças com o nosso, como uma construção autónoma – exemplos filme, série, telefilme, telenovela, teatro; o modo lúdico – nível intermédio. Possui um sistema de regras autónomas, por vezes distantes das do nosso quotidiano (...) fazer parecer exemplos: concursos, variedades, *talk show reality show*. Contudo esta classificação não é universal”. (ibid).

Utilizamos, ainda, o método estatístico no tratamento dos dados recolhidos.

4.4.3 Estatística descritiva

Neste estudo foram apresentadas as medidas descritivas Mínimo, Máximo, Mediana, Média, Desvio-padrão, além, de percentagens, como medidas para descrever os resultados das variáveis estudadas, idade, horário que vê a RTP África por nacionalidade.

Inferência Estatística

Esta etapa inclui a formulação de um conjunto de questões e hipóteses assentes na revisão de literatura e tem como objectivo comprovar determinados factores que se encontram em estudo. O objectivo é estudar as variáveis que influenciam os angolanos e os portugueses, para tal utilizou-se o teste Qui-Quadrado. A utilização do presente teste em pesquisa visa verificar se as distribuições de duas ou mais amostras não relacionadas diferem significativamente em relação a determinada variável.

Na técnica de recolha e tratamento de dados usamos o SPSS, o mesmo teve três etapas de um trabalho de investigação:

- Registo dos conteúdos das grelhas de programação do canal RTP África, de 5 a 15 de Novembro.
- Inquérito por questionário direccionado a angolanos e portugueses residentes em Aveiro, Portugal, mais propriamente no Campus Universitário de Santiago.

- Análise e interpretação dos dados, onde iremos explicar o processo de recolha de dados.
- A programação do canal RTP África foi recolhida, através de observação e anotação dos programas diariamente transmitidos. Este método de recolha tinha como objectivo principal identificar o género de notícia, espaço e tempo dos programas. De forma a concluir o trabalho foram elaborados inquéritos com perguntas fechadas.

5. CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO: RTP - RÁDIO E TELEVISÃO PORTUGUESA.

5.1 Abordagem histórica à televisão portuguesa

Em Portugal os primeiros passos rumo à ideia de televisão são dados nos anos 50 do século XX, quando começaram os estudos para a implantação de um serviço de televisão no território nacional “e, finalmente, entre 4 e 30 de Setembro de 1956 iniciaram-se as primeiras emissões experimentais da Radiotelevisão Portuguesa (RTP) a partir da feira popular de Lisboa” (Sobral, 2012, p. 145).

“Criada em 1956 e com emissões regulares a partir de 7 de Março de 1957, a estação pública, RTP, acostumou os portugueses a histórias de ficção. Na década de 1990, quando o sector privado foi autorizado a investir no mercado de televisão (revisão constitucional de 1989), duas novas estações apareceram: a SIC (Sociedade Independente de Comunicação) e a TVI (Televisão Independente), e a competição pelo público tornou-se imperativa, mesmo para o canal generalista público – RTP” (Torres & Burnay, 2013).

“Assim, além da oferta de novos programas informativos e de entretenimento, a ficção aumentou e surgiram formatos novos, novos géneros televisivos, entre outros. Os sucessos internacionais foram bem aceites e as produções nacionais gradualmente tornaram-se, também, um sucesso, levando a conflitos entre canais em torno deste segmento” (Torres & Burnay, 2013).

“As duas novas empresas de televisão (SIC e TVI) logo desenvolveram as suas próprias ligações internacionais, especialmente com os mercados de programação dos EUA e do Brasil. Dependendo quase exclusivamente das receitas de publicidade muito limitadas, rapidamente se percebeu que a RTP dificilmente poderia pagar produções nacionais, fazendo frente à programação barata dos EUA e da ficção brasileira (por exemplo, filmes e telenovelas) e em formatos estrangeiros (por exemplo, *reality shows* e programas de perguntas). Claramente, existe uma relação íntima entre a quebra do monopólio público de televisão (RTP) e a intensificação das ligações externas entre os actores de radiodifusão e os mercados estrangeiros e organizações” (Sousa, 1996).

A televisão portuguesa assumiu ao longo do tempo vários métodos de selecção e de expressão do passado. A memória traumática foi expressa através da revisitação de certos eventos históricos, por exemplo, a guerra colonial e a repressão de Salazar. A condenação do Estado Novo era dominante numa série sobre os efeitos da Guerra Civil Espanhola, do outro lado da fronteira, “A Raia dos Medos” passada na RTP1 em 1999.

“A crítica da ditadura também esteve presente na adaptação da autobiografia de Álvaro Cunhal, Secretário do Partido Comunista, em “Até Amanhã, Camaradas”, SIC, 2005. Mas, estes sistemas de memória não funcionam como meros compartimentos fechados ou estruturas de significação. Além desses exemplos, é importante notar outras alusões nostálgicas, que emocionalmente evocam os territórios ultramarinos, como Equador, TVI, 2008” (Laffond et al., 2013). Segundo Sobral (2012, p. 148-149), “a era da concorrência evidencia-se, intensificando a luta pelas audiências por parte dos canais generalistas que procuraram apostar em propostas populares que pudessem conquistar público, fossem essas ofertas programas *made in* Portugal ou formatos importados. (...). Esta é, todavia, uma altura conturbada para a televisão em Portugal que viria a culminar, a partir de 2000, numa alteração do panorama televisivo. Com efeito, a RTP, ao acumular prejuízos e vivendo uma perda acentuada de audiências, é reestruturada em 2002-2003, através do programa Fénix; a TVI, da Media Capital, passa a ser controlada pelos espanhóis do Grupo Prisa e a SIC, pertença do Grupo Imprensa, procura recuperar o papel de liderança que, entretanto, perdera para a TVI no horário nobre”.

Sucintamente, o que se verificou na televisão portuguesa, ao longo das últimas décadas, é que se passou de apenas um canal público, para outros de carácter privado. A televisão sofreu grandes transformações e adoptou um tipo de programação que luta por audiências, emergindo novos *media*: canais informativos temáticos, canais regionais ou até canais de TV Móvel. Entramos assim numa fase de mutação e adaptação constante áquilo que o consumidor de televisão deseja ver.

5.2 Estrutura e funcionamento da Instituição pública RTP

“A instituição pública RTP iniciou as primeiras emissões regulares de rádio em 1935 e as de televisão em 1957. De facto, esta instituição conta com 81 anos de Rádio, 59 de Televisão e 18 de *online*. Concomitantemente, a história da RTP tem um riquíssimo e inigualável património audiovisual (sons e imagens), que se confunde com a história de Portugal, num universo diversificado de marcas de televisão, rádio e online, através do (s) site(s) e redes sociais, tornando a RTP a empresa de *media* com mais história e tradição na comunicação social portuguesa”.¹

“Historicamente depois do início das emissões regulares da rádio pública e das emissões da RTP televisão, esta instituição teve emissões tão importantes como a chegada do homem à Lua (1969). Depois, em 1992 teve início as emissões da RTP Internacional e em 1997 teve início a RTP *online*. É em 2003 que se funde a rádio, a televisão e *online* da RTP surgindo a Rádio e Televisão de Portugal, mas no ano seguinte nasce a Rádio e Televisão de Portugal S.A., onde a Rádio e Televisão tornam-se numa empresa única. Em 2007 a instituição comemora o 50º aniversário e em 2011 dá-se o lançamento da RTP PLAY. Mais recentemente, em 2014, há o lançamento de projectos digitais de referência e inovadores (App 5i RTP e portal Ensina RTP) e no passado a Rádio Pública comemora o 80º aniversário”².

“A RTP é pioneira em diversas áreas e tecnologias e aposta numa oferta multiplataforma, transversal, com tónica em soluções de interactividade, apostando permanentemente em formatos diferenciadores. A sua oferta é muito diversa; em termos televisivos há RTP1, RTP 2, RTP 3, RTP Memória, RTP África, RTP Internacional, RTP Açores e RTP Madeira”³, “em termos de Rádio há Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores, RDP Madeira Antena 1, RDP Madeira Antena 3, Antena 1 Lusitânia, Antena 1 Vida, Antena 1 Fado, Antena 2 Ópera, Antena 1 Memória, Rádio Zig Zag”⁴.

¹ Com base em informação disponível no site <http://media.rtp.pt/institucional/rtp/historia/>

² Com base em informação disponível no site <http://media.rtp.pt/institucional/rtp/historia/>

³ Com base em informação disponível em <http://www.rtp.pt/tv/>

⁴ Com base em informação disponível em <http://www.rtp.pt/play/>

Deste modo, a instituição RTP é a maior empresa de *media* em Portugal, não só pelo número de canais que se referiu atrás, como pela oferta abrangente de conteúdos audiovisuais multiplataforma, mas também por um *knowhow* sólido, resultado de dezenas de anos de experiência. É uma instituição caracterizada pela proximidade a todos os portugueses.

“A sua estrutura organizacional divide-se por cinco Órgãos Sociais: o Conselho Geral Independente, o Conselho de Administração, o Conselho Fiscal, o Conselho de Opinião e os Provedores”.⁵

5.3 A comunicação social na Constituição da República Portuguesa

A Constituição da República Portuguesa (CRP) no seu art. 38.º consagra a liberdade de imprensa aos meios de comunicação social. De acordo com o n.º 3 do art. 38.º “a lei assegura, com carácter genérico, a divulgação da titularidade e dos meios de financiamento dos órgãos de comunicação social” e o n.º 4 do mesmo artigo estabelece que “o Estado assegura a liberdade e a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e o poder económico”.

Devem assim entender-se que “a estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do sector público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião” (n.º 6 do art. 38º).

Deste modo, a comunicação social encontra-se devidamente legislada e regulada como consagra o art. 39.º no seu n.º1, que “cabe a uma entidade administrativa independente assegurar nos meios de comunicação social: a) o direito à informação e a liberdade de imprensa; b) a não concentração da titularidade dos meios de comunicação social; c) a independência perante o poder político e o poder económico; d) o respeito pelos direitos, liberdades e garantias pessoais; e) o respeito pelas normas reguladoras das actividades de comunicação social; f) a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião; g) o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política”.

⁵ Com base em informação disponível em <http://media.rtp.pt/institucional/>

Deve ainda reter-se que a CRP tem devidamente legislado os direitos de antena, de resposta e de réplica política (art. 40.º) e a liberdade de consciência, de religião e de culto (art. 41.º).

5.4 A ERC – Entidade Reguladora da Comunicação Social

“A Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) foi criada pela Lei 53/2005, de 8 de Novembro, tendo entrado em funções com a tomada de posse do Conselho Regulador a 17 de Fevereiro de 2006. O seu objectivo específico passa pela regulação e supervisão de todas as entidades que prossigam actividades de comunicação social em Portugal”.⁶

A ERC tem sede em Lisboa (art. 2.º dos Estatutos da ERC), “é independente no exercício das suas funções, definindo livremente a orientação das suas actividades, sem sujeição a quaisquer directrizes ou orientações por parte do poder político, em estrito respeito pela Constituição e pela lei” (art. 4.º dos Estatutos da ERC). Assim, segundo o art. 1.º, n.º 2, da Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, “a ERC foi constituída como uma pessoa colectiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira e de património próprio, com natureza de entidade administrativa independente”.

“A sua constituição conta com o Conselho Regulador, responsável pela definição e implementação da acção de regulação; com a Direcção Executiva, que tem como funções a direcção dos serviços, bem como a gestão administrativa e financeira; com o Conselho Consultivo, órgão de consulta e de participação na definição das linhas gerais de actuação da ERC; e com o Fiscal Único, que procede ao controlo da legalidade e eficiência da gestão financeira e patrimonial desta entidade”.⁷

Compete à ERC uma diversidade de funções, dentre as quais, como define o art. 8.º, assegurar o livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa; velar pela não concentração da titularidade das entidades que prosseguem actividades de comunicação social com vista à salvaguarda do pluralismo e da diversidade, sem prejuízo das

⁶ Com base em informação disponível em <http://www.erc.pt/pt/sobre-a-erc>

⁷ Com base em informação disponível em <http://www.erc.pt/pt/sobre-a-erc>

competências expressamente atribuídas por lei à Autoridade da Concorrência; zelar pela independência das entidades que prosseguem actividades de comunicação social perante o poder político e económico; garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias; garantir a efectiva expressão e o confronto das diversas correntes de opinião, em respeito pelo princípio do pluralismo e pela linha editorial de cada órgão de comunicação social; assegurar o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política; assegurar, em articulação com a Autoridade da Concorrência, o regular e eficaz funcionamento dos mercados de imprensa escrita e de audiovisual em condições de transparência e equidade; colaborar na definição das políticas e estratégias sectoriais que fundamentam a planificação do espectro radioelétrico, sem prejuízo das atribuições cometidas por lei ao ICP-ANACOM; fiscalizar a conformidade das campanhas de publicidade do Estado, das Regiões Autónomas e das autarquias locais com os princípios constitucionais da imparcialidade e isenção da Administração Pública; e assegurar o cumprimento das normas reguladoras das actividades de comunicação social.

5.5 RTP África: os canais da RTP com programação sobre África e Angola

A RTP disponibiliza em diferentes canais programação sobre África e Angola. Assim, os telespectadores podem ligar-se ao ecrã e aceder às notícias ou outra programação acedendo à RTP Internacional, à RTP África, RTP Memória ou RTP generalista. Neste estudo, estará em foco a RTP África.

Especificamente a RTP África “é um canal de televisão generalista destinado aos diferentes países africanos de língua oficial portuguesa”. Iniciou a sua emissão a 7 de Janeiro de 1998 para habitantes de Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe. A emissão faz-se para estes países via satélite, com excepção de Angola onde é apenas captável via satélite e por cabo. Em Portugal está disponível através de serviços por cabo e por satélite.

“Com o lema “Vários mundos. Uma só língua”, a “RTP África emite 24 horas por dia para os países africanos de língua oficial portuguesa através de diferentes plataformas

(...) Tem uma programação própria ajustada às especificidades da realidade africana. Transmite programação das televisões públicas e privadas portuguesas e das televisões públicas africanas. Emitindo programas de informação e séries produzidas nos países de destino (...) assume-se como alicerce preponderante para o desenvolvimento socioeconómico assim como motor do bem-estar e do desenvolvimento humano, ajustando a sua programação às obrigações do serviço público de televisão”. A página do *facebook* da RTP África conta com uma adesão de “3.060.505 participantes, em 28 de Novembro de 2016”. (<https://www.facebook.com/rtpafrica/app/175471595882284/>).

Referiu-se a coprodução da RTP, porque existe uma parceria com os serviços públicos dos cinco países atrás referidos, de forma a permitir que, durante as 24 horas do dia, tanto a população dos países africanos como a portuguesa, possam ver a mesma programação, passando pelas notícias até aos programas produzidos em África.

Através deste canal, os telespectadores também podem assistir a programas das televisões pública e privadas portuguesas, ou a programas de informação e séries produzidas em Angola e Moçambique, ou filmes de cineastas dos cinco países africanos.

A RTP África tornou-se um colaborador importante das Nações Unidas, pois tem colaborado com ela na transmissão de programas de divulgação da organização.

De acordo com a informação disponibilizada no site do canal em questão, as comunidades africanas de expressão portuguesa são os seus públicos privilegiados. Uma das novidades recentes “é a programação ter sido alargada com um calendário que passa a permitir ao utilizador viajar até vários meses antes e confirmar quando passou determinado programa. Para além disso, e porque o canal é visto em países com fusos horários diferentes, está disponível a funcionalidade para conversão imediata no fuso horário pretendido: Lisboa, Luanda, Maputo, Praia, Príncipe ou Bissau” (<http://www.atelevisao.com/rtp/rtp-africa-com-site-renovado/>).

Mais se acrescenta que a página *online* “aposta nos destaques da semana, bem como num blogue onde são partilhadas novidades relativas, não apenas à programação, mas também aos bastidores dos programas e ao feedback com os telespectadores” (ibid).

Segundo os responsáveis da RTP África, “os programas mais emblemáticos, como *Repórter África*, *Podium*, *Fórum África*, *Bem-Vindos*, *Pérolas do Oceano* ou *África Global*, no RTP Play, passam a figurar logo na *homepage* do site da RTP África” (ibid).



Figura 4 - Logotipo RTP África, Fonte: Google imagens

6. Apresentação e discussão dos resultados DA ANÁLISE

Nesta seção são apresentados os dados obtidos pela análise quantitativa e qualitativa dos dados recolhidos por meio do inquérito (cf. Anexo 1).

Como anteriormente referimos, o público-alvo da amostra é constituído por 10 angolanos e 10 portugueses com idades compreendidas entre os 18 e 55 anos, com níveis de escolaridade superior (licenciatura, mestrado ou doutoramento), residentes e estudantes da universidade de Aveiro e telespectadores do canal televisivo, RTP África. A recolha de dados foi realizada no Campus Universitário de Santiago, situado na Cidade de Aveiro, no mês de Novembro.

6.1 Análise Estatística dos dados obtidos através de questionário

Foram inquiridos 20 estudantes, 10 angolanos e 10 portugueses, todos residentes no Campus Universitário de Santiago. A recolha de dados foi feita por recurso a questionários e entrevista e decorreram, no mesmo campus da universidade, no período de 17 a 20 de Novembro de 2016.

Tabela 1 - Idade

Idade	
Média	25,45
Desvio Padrão	8,069
Mínimo	19
Máximo	55

Pela tabela 1 verificamos que a média de idades dos sujeitos inqueridos é de 25 anos, com desvio-padrão de 8, idade mínima de 19 e máxima de 55 anos. A idade mais representativa é os 23 anos atingindo com uma percentagem de 20% e a menos representativa são as de 24, 35 e 55 anos.

Tabela 2 – Percentagem de idade

Idade	
	Percentagem (%)
19	10,0
20	10,0
21	15,0
23	20,0
24	5,0
25	15,0
27	5,0
30	10,0
35	5,0
55	5,0
Total	100,0

Tabela 3 – Estatísticas idade por nacionalidade ^{a)}

Idade

Média	29,50
Desvio Padrão	9,801
Mínimo	23
Máximo	55

a) nacionalidade angolana

Tabela 4 – Estatísticas idade por nacionalidade ^{b)}

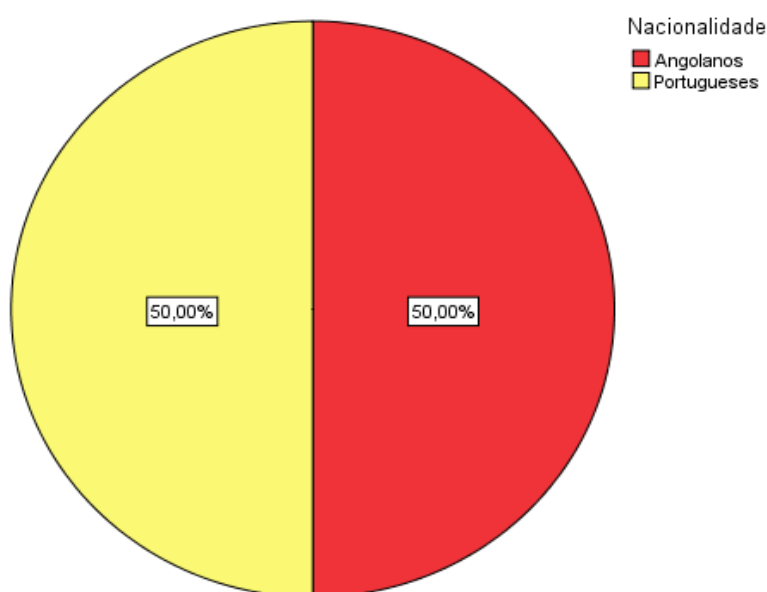
Idade

Média	21,40
Desvio Padrão	2,221
Mínimo	19
Máximo	25

b) nacionalidade portuguesa

Pelas tabelas 3 e 4 verificamos que a idade média dos angolanos é 29 anos e dos portugueses 21. No caso dos angolanos a idade mínima é 23 anos e a máxima 55, enquanto nos portugueses é de, respectivamente, 19 e 25 anos.

Gráfico 1 - Nacionalidade



No estudo em análise, 50% dos inqueridos são angolanos e 50% são portugueses. Dos angolanos inquiridos 30% são do sexo feminino e 70% masculino, e dos portugueses 40% são do sexo feminino e 60% do sexo masculino.

Gráfico 2 – Nacionalidade angolana

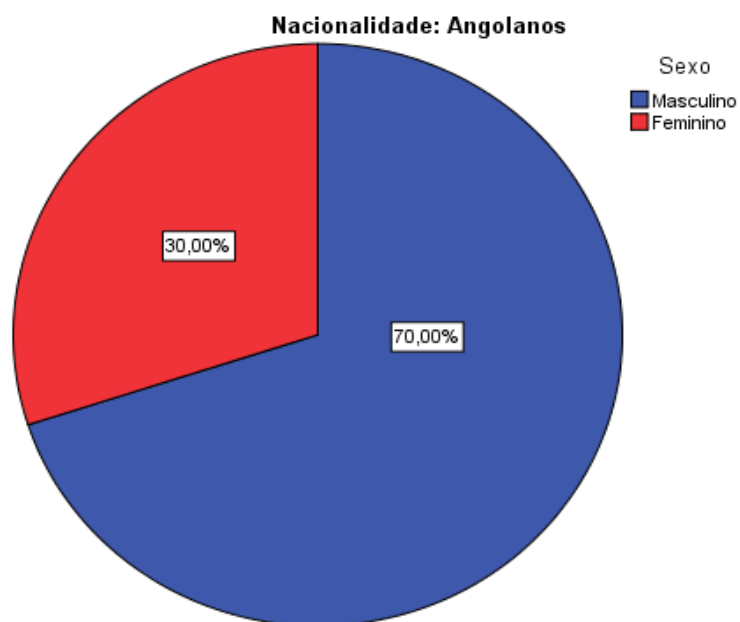


Gráfico 3 – Nacionalidade portuguesa

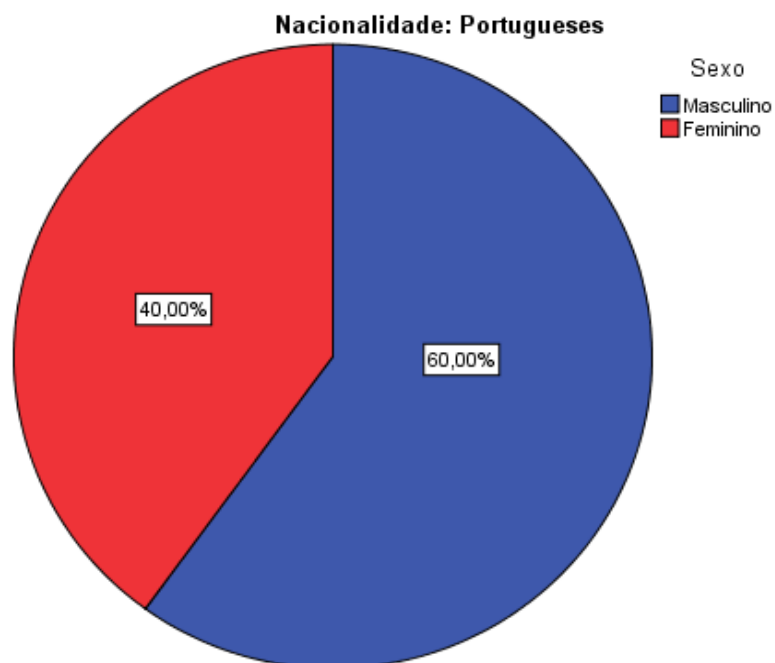


Tabela 5 – Horas a que vê RTP África

Estatísticas

Mínimo	9,00
Máximo	22,30

Pela tabela anterior, constatamos que o horário de visualização da RTP África é das 9 às 22:30 horas, sendo as 19:30 e as 20 horas o horário com maior percentagem de audiência.

Na tabela seguinte, constatamos que a audiência no período de tarde até as 22:30 horas é muito superior à do período da manhã.

Tabela 6 – Horas a que vê RTP África em percentagem

Horas	
	Percentagem (%)
9,00	5,0
10,30	5,0
14,00	5,0
19,30	30,0
20,00	30,0
21,00	5,0
21,30	5,0
22,00	10,0
22,30	5,0
Total	100,0

Pelas tabelas 5 e 6, concluímos que a percentagem de maior audiência verifica-se no período das 19:30 às 20 horas.

Tabela 7 – Horas para os Angolanos

Horas ^{a)}	
	Percentagem (%)
9,00	10,0
19,30	40,0
20,00	30,0
21,00	10,0
22,30	10,0
Total	100,0

a) nacionalidade angolana

Tabela 8 - Horas para os Portugueses

Horas ^{b)}	
	Percentagem (%)
10,30	10,0
14,00	10,0
19,30	20,0
20,00	30,0
21,30	10,0
22,00	20,0
Total	100,0

b) nacionalidade portuguesa

Que variáveis são influenciadas pela nacionalidade?

H1: A audiência é influenciada pela nacionalidade

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,068

Pelas tabelas 5 e 6 a percentagem de maior audiência nos Angolanos e Portugueses continua a verificar-se das 19:30 às 20 horas. Como o valor da significância assintótica (0,068) é maior que os níveis de significância usuais então a audiência não é influenciada pela nacionalidade.

A tabela abaixo mostra que 75% dos angolanos vê com frequência a RTP África enquanto relativamente aos portugueses, 66,7% não vêm.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Frequência

			Frequência		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	60,0%	40,0%	100,0%
		% em Frequência	75,0%	33,3%	50,0%
		% do Total	30,0%	20,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	20,0%	80,0%	100,0%
		% em Frequência	25,0%	66,7%	50,0%
		% do Total	10,0%	40,0%	50,0%
Total	% em Nacionalidade		40,0%	60,0%	100,0%
	% em Frequência		100,0%	100,0%	100,0%
	% do Total		40,0%	60,0%	100,0%

H2: O conhecimento do Site da RTP África é influenciado pela nacionalidade?

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,006

Como o valor da significância assintótica (0,006) é menor que os níveis de significância usuais, então concluímos que o conhecimento do *site* é influenciado pela nacionalidade.

A tabela seguinte mostra que 87,5% dos angolanos não conhece o *site*, enquanto 75% dos portugueses conhecem.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Conhecimento

			Conhecimento		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	30,0%	70,0%	100,0%
		% em Conhecimento	25,0%	87,5%	50,0%
		% do Total	15,0%	35,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Conhecimento	75,0%	12,5%	50,0%
		% do Total	45,0%	5,0%	50,0%
Total		% em Nacionalidade	60,0%	40,0%	100,0%
		% em Conhecimento	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	60,0%	40,0%	100,0%

H3: O conhecimento da página do *facebook* da RTP África é influenciado pela nacionalidade?

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	1,000

Como o valor da significância assintótica (1,000) é maior que os níveis de significância usuais então podemos inferir que, o conhecimento da página do *facebook* não é influenciado pela nacionalidade.

Na tabela seguinte observamos que 50% dos telespectadores inquiridos, quer sejam portugueses ou angolanos, conhecem o *facebook* do canal.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Facebook

			Facebook		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Facebook	50,0%	50,0%	50,0%
		% do Total	45,0%	5,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Facebook	50,0%	50,0%	50,0%
		% do Total	45,0%	5,0%	50,0%
Total		% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Facebook	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	90,0%	10,0%	100,0%

H4: A participação no *facebook* é influenciada pela nacionalidade

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,068

Como o valor da significância assintótica (0,068) é maior que 5% e 1%, então a participação na página do *facebook* não é influenciada pela nacionalidade, mas para 10% já é influenciada.

Pela análise da tabela abaixo verificamos que, no *facebook* do canal participam 66,7% dos angolanos enquanto 75% dos portugueses não o fazem.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Part_Facebook

			Part_Facebook		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	80,0%	20,0%	100,0%
		% em Part_Facebook	66,7%	25,0%	50,0%
		% do Total	40,0%	10,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	40,0%	60,0%	100,0%
		% em Part_Facebook	33,3%	75,0%	50,0%
		% do Total	20,0%	30,0%	50,0%
Total		% em Nacionalidade	60,0%	40,0%	100,0%
		% em Part_Facebook	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	60,0%	40,0%	100,0%

H5: Os conteúdos dos programas sobre Angola que respondem as necessidades são influenciados pelas nacionalidades?

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,051

Como o valor da significância assintótica (0,051) é maior que 5% e 1%, então os conteúdos dos programas sobre Angola na resposta às necessidades, não são influenciados pela nacionalidade, mas para 10% já são influenciados.

A tabela seguinte mostra que 83,3% dos angolanos consideram que não respondem às necessidades, enquanto 64,3% dos portugueses dizem que sim.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Necessidades

			Necessidades		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	50,0%	50,0%	100,0%
		% em Necessidades	35,7%	83,3%	50,0%
		% do Total	25,0%	25,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Necessidades	64,3%	16,7%	50,0%
		% do Total	45,0%	5,0%	50,0%
Total	% em Nacionalidade		70,0%	30,0%	100,0%
	% em Necessidades		100,0%	100,0%	100,0%
	% do Total		70,0%	30,0%	100,0%

H6: Os conteúdos dos programas sobre Angola que abordam a diversidade das realidades culturais, sociais, linguísticas, económicas e políticas são influenciados pelas nacionalidades?

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,051

Como o valor da significância assintótica (0,051) é maior que 5% e 1%, então os conteúdos dos programas sobre Angola que abordam a diversidade das realidades culturais, sociais, linguísticas, económicas e políticas não são influenciados pela nacionalidade, mas para 10% já se verifica o contrário.

Nos dados da tabela abaixo constatamos que 83,3% dizem que não abordam a diversidade das várias realidades, por contraposição de 64,3% dos portugueses que consideram que sim.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Diversidade

			Diversidade		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	50,0%	50,0%	100,0%
		% em Diversidade	35,7%	83,3%	50,0%
		% do Total	25,0%	25,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Diversidade	64,3%	16,7%	50,0%
		% do Total	45,0%	5,0%	50,0%
Total		% em Nacionalidade	70,0%	30,0%	100,0%
		% em Diversidade	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	70,0%	30,0%	100,0%

H7: As notícias sobre Angola transmitidas pela RTP África, que dominam a realidade Angolana de forma objectiva ou parcial, são influenciadas pela nacionalidade?

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,019

Como o valor da significância assintótica (0,019) é maior que 1% os conteúdos dos programas sobre Angola que abordam a diversidade das realidades culturais, sociais, linguísticas, económicas e políticas não são influenciados pela nacionalidade, mas para 5% e 10% já são influenciados.

Pela tabela abaixo constatamos que 85,7% dos angolanos dizem que não abordam a realidade e que 62,9% dos portugueses dizem que sim.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Realidade

			Realidade		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	40,0%	60,0%	100,0%
		% em Realidade	30,8%	85,7%	50,0%
		% do Total	20,0%	30,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Realidade	69,2%	14,3%	50,0%
		% do Total	45,0%	5,0%	50,0%
Total		% em Nacionalidade	65,0%	35,0%	100,0%
		% em Realidade	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	65,0%	35,0%	100,0%

H8: A satisfação dos conteúdos tratados nos programas da RTP é influenciado pela nacionalidade?

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,034

Como o valor da significância assintótica (0,034) é maior que 1% a satisfação dos conteúdos tratados nos programas da RTP África não é influenciado pela nacionalidade mas para 5% e 10% a conclusão altera-se.

A tabela referida seguinte mostra que 71,4% dos angolanos não estão satisfeitos e 80% dos portugueses estão.

Tabulação cruzada Nacionalidade * Satisfação

			Satisfação		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	28,6%	71,4%	100,0%
		% em Satisfação	20,0%	71,4%	41,2%
		% do Total	11,8%	29,4%	41,2%
	Portugueses	% em Nacionalidade	80,0%	20,0%	100,0%
		% em Satisfação	80,0%	28,6%	58,8%
		% do Total	47,1%	11,8%	58,8%
Total		% em Nacionalidade	58,8%	41,2%	100,0%
		% em Satisfação	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	58,8%	41,2%	100,0%

H9: A opinião da RTP África ser sua amiga é influenciada pela nacionalidade?

	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	,019

Como o valor da significância assintótica (0,019) é maior que 1%, a opinião sobre a RTP África ser sua amiga não é influenciada pela nacionalidade e para 5% e 10% já é influenciada.

Pela análise da seguinte tabela verificamos que só 40,0% dos Angolanos dizem que a RTP África é sua amiga, enquanto que para os Portugueses a resposta afirmativa corresponde a 90,0%.

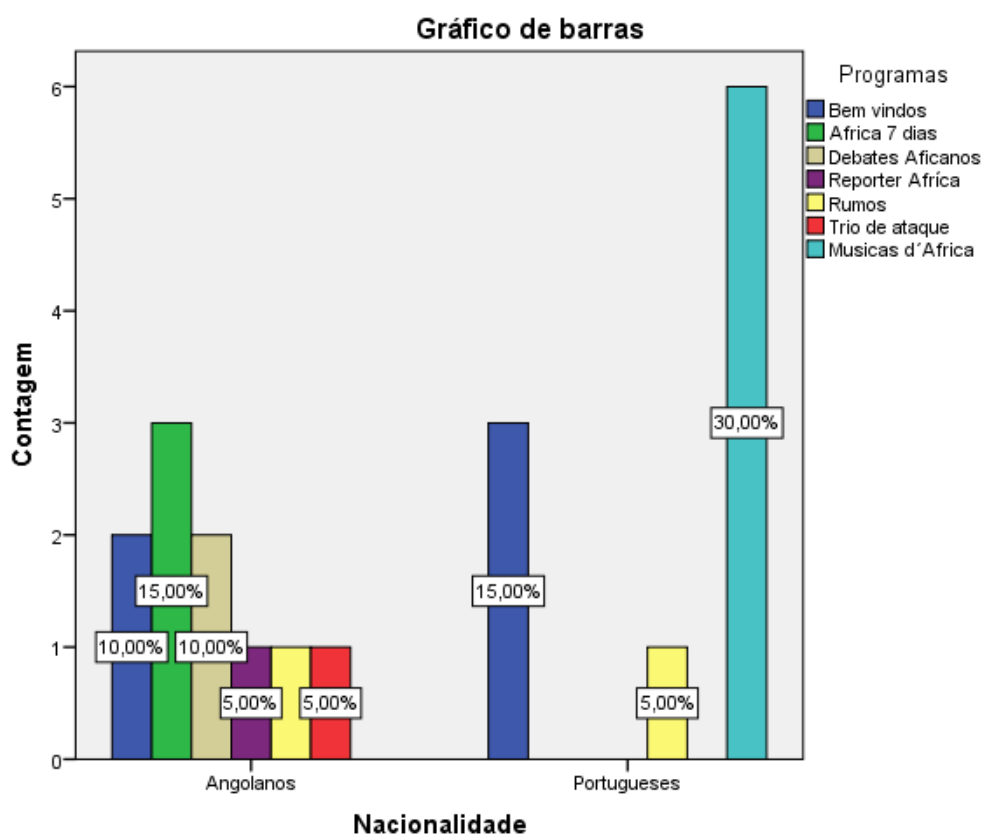
Tabulação cruzada Nacionalidade * Amiga

			Amiga		Total
			Sim	Não	
Nacionalidade	Angolanos	% em Nacionalidade	40,0%	60,0%	100,0%
		% em Amiga	30,8%	85,7%	50,0%
		% do Total	20,0%	30,0%	50,0%
	Portugueses	% em Nacionalidade	90,0%	10,0%	100,0%
		% em Amiga	69,2%	14,3%	50,0%
		% do Total	45,0%	5,0%	50,0%
Total		% em Nacionalidade	65,0%	35,0%	100,0%
		% em Amiga	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	65,0%	35,0%	100,0%

Análise da programação emitida pela RTP África

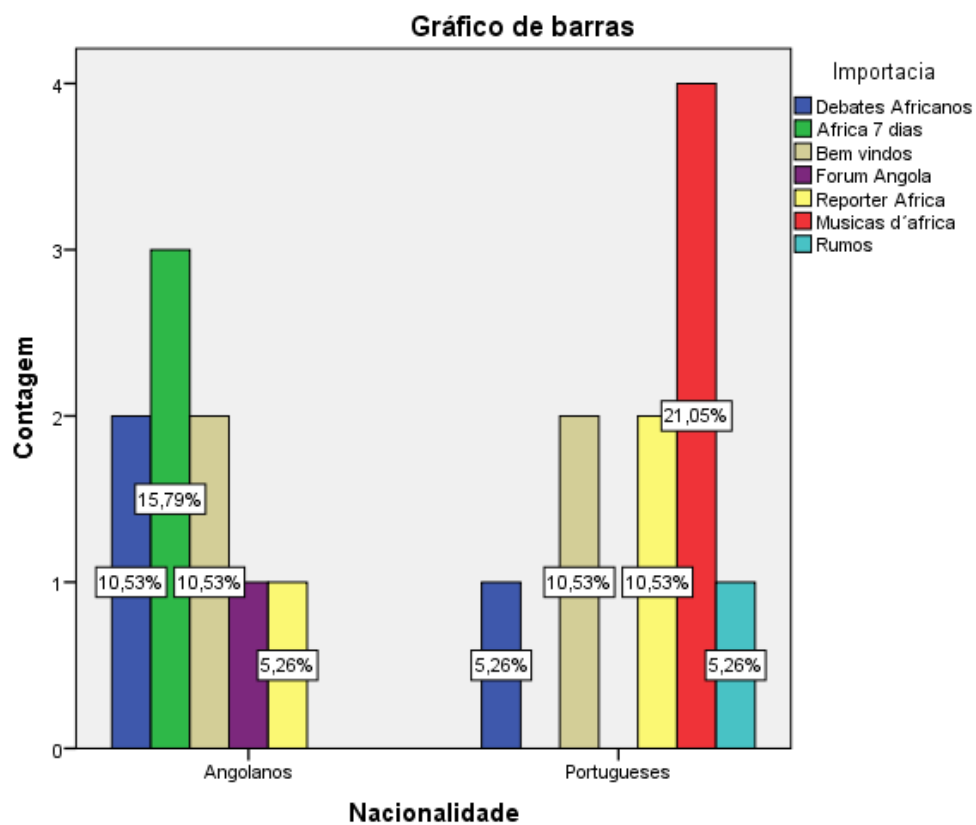
Verificamos pelo gráfico seguinte que o programa favorito dos portugueses é “Músicas d’África” e dos Angolanos é “África 7 Dias”.

Gráfico 1 - Programas



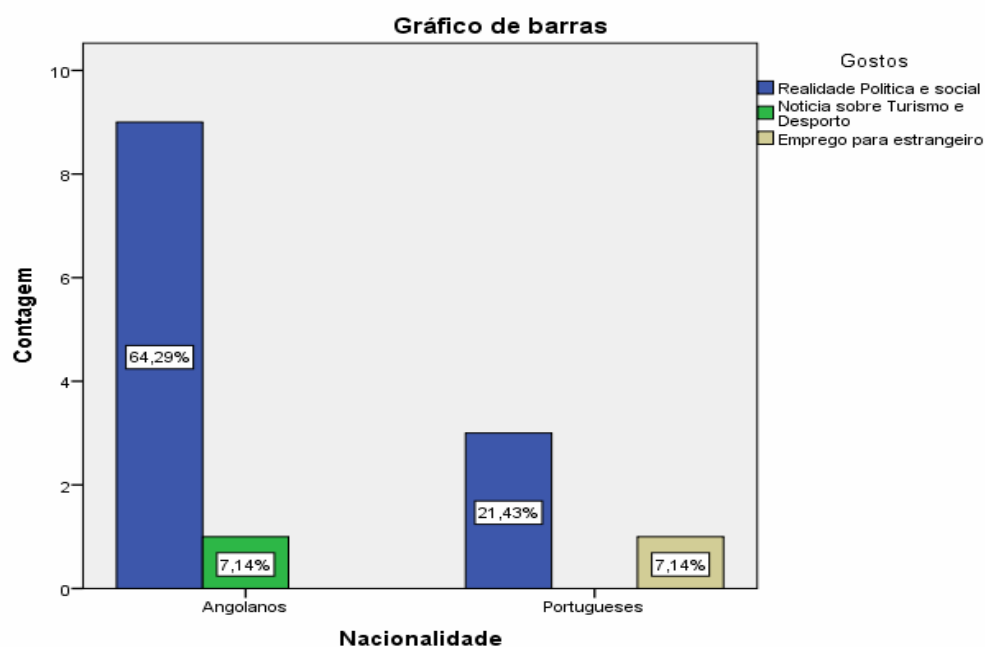
O gráfico seguinte mostra a programação do canal por ordem de preferência. E os resultados são semelhantes aos do gráfico anterior, os angolanos preferem “África 7 dias” e os portugueses preferem “Músicas d’África”.

Gráfico 2 - Importância



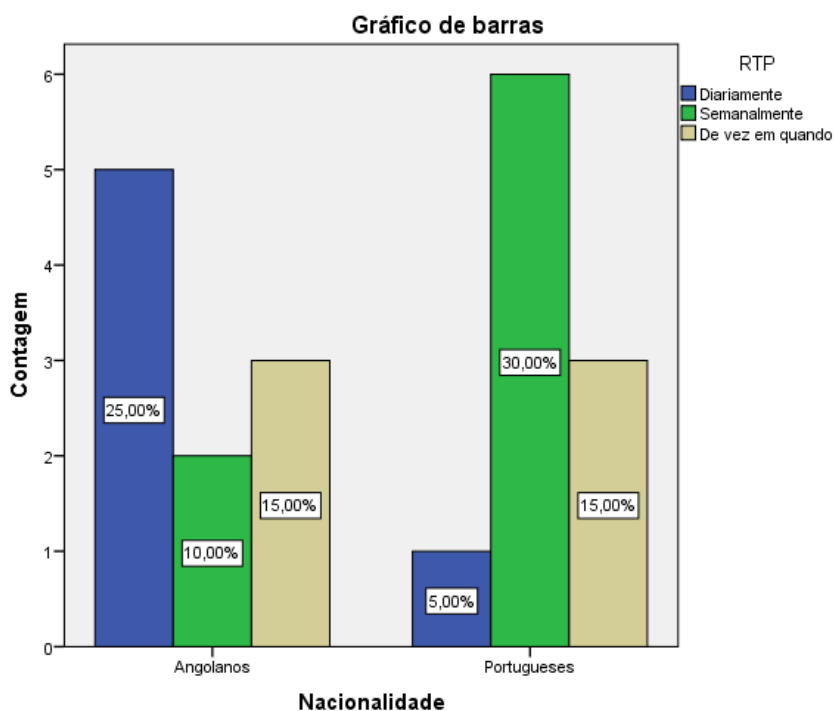
O gráfico seguinte mostra que a opinião de angolanos e portugueses coincide e quer uns quer outros gostariam que a RTP África transmitisse a verdade sobre a realidade política e social do país.

Gráfico 3 - Gostos



Quanto à frequência com que angolanos e portugueses vêem o canal, constatamos que 30% dos portugueses o vêem semanalmente, enquanto 25% dos angolanos o vêem diariamente.

Gráfico 4 – RTP África



Recordamos que o desenho de Investigação e os procedimentos para elaboração de questionário cujos resultados acabamos de expor decorreu na cidade de Aveiro (Portugal), no período de 5 a 15 de Novembro de 2016. O procedimento começou com o levantamento de informações específicas para a pesquisa desde Fevereiro do mesmo ano.

Problema da forma como efectuar a abordagem, o repertório a utilizar, a definição do público-alvo, a especificação do método de inquérito, determinação das questões a realizar no inquérito, e a definição do objectivo a atingir com o questionário condicionaram a estrutura do questionário, as questões a realizar, a ordem das mesmas, *layout* do questionário de entrevista e impressão das mesmas.

A realização das entrevistas decorreu no período de 16 a 20 de Novembro de 2016. Após o seu término, partiu-se para a sistematização dos dados no SPSS, com a elaboração de tabelas e gráficos. Todos os dados são primários e foram recolhidos através de entrevista a angolanos e portugueses, alvo do estudo, nas datas já referidas.

Como é que o sexo e as idades podem explicar as respostas?

	Grau de dependência	Sexo	Idade p-value
Vê regularmente os programas do canal RTP África sobre Angola		0.431	0.548
Horário que vê		0.638	0.839
Frequência		0.848	0.534
Conhece o site		0.444	0.647
Já fez download de algum conteúdo do site		0.274	0.538
Conhece o facebook do canal RTP África		0.639	0.852
Participa no facebook		0.251	0.231
Acha que os conteúdos do programa no canal respondem as necessidades do que se passa em Angola	0.462	0.260	0.040
Acha que os conteúdos do canal abordam as várias realidades		0.357	0.629
Acha que as notícias são predominantemente objectivas ou parciais de modo a abordar a realidade de Angola	0.505	0.589	0.023
Fica satisfeito com os conteúdos tratados no programa sobre Angola		0.384	0.233
Sente que a RTP África é sua amiga	0.491	0.658	0.028

Na tabela anterior apresentamos os resultados do estudo realizado para averiguar quais as variáveis influenciadas pela idade e pelo sexo. Constatámos que nenhuma é influenciada pelo sexo, mas três são influenciadas pela idade. A opinião sobre os conteúdos dos programas se encontrarem ajustados relativamente ao que se passa em Angola, as notícias abordarem a realidade angolana e sentir que o canal RTP Africa é seu amigo, são as variáveis influenciadas pela idade para os níveis de significância usuais. Esta influência é moderada e positiva visto o grau de dependência ser positivo.

Fazendo o estudo por género verificámos (v.g. tabelas abaixo) que não há nenhuma variável que seja influenciada pelo sexo ou pela idade para os níveis de significância usuais.

Indivíduos de nacionalidade angolana	Sexo	Idade p-value
Vê regularmente os programas do canal RTP África sobre Angola	0.72 0	0.516
Horário que vê	0.913	0.544
Frequência	0.77 0	0.081
Conhece o site	0.880	0.916
Já fez download de algum conteúdo do site	0.49 0	0.872
Conhece o facebook do canal RTP África	0.197	0.512
Participa no facebook	0.42 0	0.715
Acha que os conteúdos do programa no canal respondem as necessidades do que se passa em Angola	0.389	0.316
Acha que os conteúdos do canal abordam as várias realidades	0.38 0	0.625
Acha que as notícias são predominantemente objectivas ou parciais de modo a abordar a realidade de Angola	0.389	0.136
Fica satisfeito com os conteúdos tratados no programa sobre Angola	0.19 7	0.134
Sente que a RTP África é sua amiga	0.389	0.306

Indivíduos de nacionalidade portuguesa	Sexo	Idade p-value
Vê regularmente os programas do canal RTP África sobre Angola	0.61 5	0.126
Horário que vê	0.399	0.775
Frequência	0.74 7	0.713
Conhece o site	0.389	0.509
Já fez download de algum conteúdo do site	0.38 0	0.166
Conhece o facebook do canal RTP África	0.197	0.406
Participa no facebook	0.42 0	0.765
Acha que os conteúdos do programa no canal respondem as necessidades do que se passa em Angola	0.389	0.166
Acha que os conteúdos do canal abordam as várias realidades	0.38 0	0.166
Acha que as notícias são predominantemente objectivas ou parciais de modo a abordar a realidade de Angola	0.389	0.166
Fica satisfeito com os conteúdos tratados no programa sobre Angola	0.19 7	1.000
Sente que a RTP África é sua amiga	0.248	0.166

6.2 Os programas emitidos pela RTP África em que Angola foi tema

Identificámos os seguintes programas emitidos pela RTP África em que Angola foi tema: Disco África, África 7 dias, Sugestão de leitura, Repórter África, Programa Zoom África, Programa Rumos, África Sport, Bem-vindos, Grande entrevista, Fórum Angola, Mar de Letras, Conversa ao Sul, Artes e plásticas, Debate Africano, Músicas de África, Pérolas do Oceanos, Portugueses pelo mundo.

Destacamos que Novembro é o mês em que Angola celebra a sua independência e, neste mesmo mês, Angola foi destaque em quase todos os programas do canal RTP África.

A RTP África na semana do 11 a 15 de Novembro deu grande destaque à independência de Angola, passando documentários e notícias sobre Angola e muita kizomba à moda Angolana. No programa “Bem-vindos”, foram exibidas entrevistas sobre música Angolana, durante cerca de 30 minutos. O programa “Disco África” também dedicou o mesmo tempo a exibição de vários músicos angolanos do estilo Kizomba, Já no programa “Repórter África”, foi dado destaque a notícias sobre a independência e registo eleitoral de Angola. No programa “Artes e Plásticas” foram destacados vários artistas angolanos e documentário sobre independência de Angola. No programa “Bem-vindo” foram transmitidas entrevistas com embaixador de Angola “Marcos Barricas”, o cantor Edy Tusa e a jornalista da Platin Line, Miriam Lopes.

Programa especial alusivo ao 11 de Novembro, dia da Independência de Angola

Dia	Horário	Programação	Tema	Formato	Género	Duração	Origem	
11-Nov	4:30	Rumos	Música Angolana	Sociedade	Entrevista	30m	Portugal	
	11:30	Disco D´África	Kizomba	Sociedade		30 Min	Portugal	
	14:00	Repórter África 1ªedição	Registo Eleitoral em Angola	Sociedade	Reportagem	2 Min	Angola	
			Independência de Angola	Sociedade	Reportagem	1 Min	Angola	
	14:30	Artes Plásticas	Bruna Tatiana	Sociedade	Reportagem	2 Min	Angola	
			Cristiano Mango					
			Isabel Baptista			1 Min		
			Hélder Caculo					
			Independência	Sociedade	Documentário	10 Min	Angola	
	17: 00	Bem-vindos	Embaixador	Sociedade	Entrevista	35 Min	Portugal	
			Edy Tusa			14 Min		
			Mirian Lopes			11 Min		
			Kizomba		Música	4 Min		
	19:30	Repórter África 2º edição	Centro de apoio a pesca	Sociedade	Reportagem	2 Min	Angola	
			Waldemar Bastos	Sociedade	Reportagem	2 Min	Portugal	
	21:00	Debate Africano	11 De Novembro	Sociedade	Entrevista	24 Min	Portugal	
	22:35	Música D´África	Kizomba	Sociedade	Música	1h 13 M	Portugal	

Dia	Horário	Programa	Tema	Formato	Género	Duração	Origem
10-Nov	10: 10	Fórum Angola	Caixa Angola	Economia	Entrevista	35 Min	Angola
	10: 41	Mar de letras	Ricardo Saavedra	Sociedade	Entrevista	28 Min	Portugal
	14: 10	Repórter África	Isabel Dos Santos	Economia	Reportagem	2 Min	Angola
	15:00	Publicidades	Independência	Sociedade	Publicidade	2 Min	Angola
	19:30	Repórter África 2ª edição	Angola ganha Terceira empresa de redes móveis	Economia	Reportagem	2 Min	Angola
			Atualização do registo Eleitoral em Angola	Sociedade	Reportagem	3 Min	Angola
			Sonangol	Sociedade	Reportagem	2 Min	Angola
			Bruna Tatiana	Sociedade	Reportagem	1 Min	Angola
	21: 30	Conversa ao Sul	Homenagem a Bonga	Sociedade	Entrevista	1h	Portugal

CONCLUSÃO

Neste trabalho pretendemos conhecer as orientações dos sujeitos alvo da amostra, telespectadores da RTP África, angolanos e portugueses residentes em Aveiro, sobre os programas transmitidos acerca de Angola, nas emissões da RTP África.

Também tentamos saber por parte do director do canal versado, quais os modelos de comunicação de massa que a instituição dos *media* utiliza na programação de informação e entretenimento sobre Angola, e a influência deste canal na formação de opinião sobre Angola. Todavia não obtivemos sucesso na tarefa.

Verificámos que a variável nacionalidade, para o nível de significância de 5%, tem influência nas orientações dos telespectadores: conhecimento do *site*, conteúdos dos programas sobre Angola que respondem as necessidades dos indivíduos inquiridos, os conteúdos dos programas sobre Angola que abordam a diversidade das realidades culturais, sociais, linguísticas, económicas, e políticas, as notícias sobre Angola transmitidas pela RTP África que dominam a realidade angolana de forma objectiva ou parcial, a satisfação dos conteúdos tratados nos programas da RTP África, a opinião da RTP África ser amiga ou não.

No que concerne às conclusões salientamos as seguintes:

1. maior parte dos angolanos não conhece o *site*, enquanto grande parte dos portugueses o conhecem,
2. maioria dos angolanos participa no *facebook* do canal mas os portugueses não;
3. os angolanos afirmam que os conteúdos da RTP África não correspondem à realidade que se vive em Angola
4. ao angolanos consideram que os conteúdos da programação do canal não abordam a diversidade das várias realidades do país, enquanto os portugueses afirmam que sim.

Assim e como conclusão final podemos afirmar que os angolanos não estão satisfeitos com o canal RTP África enquanto os portugueses estão, pois como os dados demonstram 60% dos angolanos consideram que o canal não é “seu amigo” na medida em que os conteúdos não servem os seus interesses, enquanto para 90% dos portugueses a opinião é a inversa.

O programa favorito dos portugueses é “Música d’África” sendo este também aquele a que atribuem maior importância. Já para os angolanos, o seu programa de eleição é “África 7 dias”.

Apesar da diversidade de respostas entre angolanos e portugueses, ambos gostariam que o canal abordasse mais conteúdos sobre a realidade política e social de Angola.

De acordo com as respostas obtidas aos inquéritos realizados por entrevista, identificámos as seguintes respostas tipo de investigação:

- a) Qual a missão do canal RTP África? R: Unir os países da comunidade africana de expressão portuguesa.
- b) Como a RTP África comunica Angola nos programas emitidos durante o período alvo do estudo?
R: Angola é comunicada com muito destaque em quase todos os programas do canal RTP África.
- c) Quais as orientações dos 10 sujeitos angolanos, que integram a amostra, acerca da comunicação sobre Angola, transmitido pelo canal RTP África, nos programas emitidos, no período alvo do estudo?
R: A maior parte dos Angolanos gostariam que a RTP África transmitisse a verdade sobre a realidade política e social do país, 85,7% dizem que não abordam a verdadeira realidade e 71,4% não estão satisfeitos com o canal analisado.
- d) Quais as orientações dos 10 sujeitos portugueses, que integram a amostra, acerca da comunicação sobre Angola, transmitida nos programas alvo do estudo da RTP África, no período alvo do estudo?

R: Os sujeitos portugueses, gostariam que a RTP África transmitisse a realidade política e social do país.

Lamentamos o facto de não termos conseguido obter resposta ao questionário enviado por *email*, no passado mês de Setembro, ao director do canal RTP África. Uma oportunidade perdida, que decerto contribuiria para o aprofundamento do conhecimento sobre o canal.

Assim sendo, destacamos os resultados obtidos para os sujeitos-alvo angolanos. De acordo com os mesmos resultados estes afirmam que o canal “não é seu amigo”, que “os conteúdos da RTP África não correspondem às necessidades e não retractam fielmente a realidade que se vive em Angola”, assim como, “não abordam a diversidade das diversas vivências da sociedade angolana”.

A este propósito defendemos a hipótese de que na história do império colonial português, do qual Angola era parte integrante como colónia até 11 de Novembro de 1975, a sua independência nunca foi bem vista pelos portugueses. Eu, como angolana vivi e cresci com a ideia de que os portugueses, mesmo hoje, ainda não aceitaram a ideia de que Angola é um país soberano e independente. Talvez, este possa ser um dos factores pelos quais, alguns dos angolanos, não dêem credibilidade à comunicação social portuguesa e provavelmente, possam ter a tendência de considerar que os conteúdos, geralmente divulgados sobre Angola, sejam alvo de estratégias de manipulação, no sentido que Noan Chomsky (2003) refere.

A pergunta que não se quer calar é a seguinte: será que os angolanos um dia estarão preparados para olharem e reconhecerem Portugal como um país amigo e irmão? E, os portugueses em geral reconhecerem o povo angolano como amigo e irmão? Ambos com uma história e uma língua que compartilham, esperamos que os governos e a sociedade civil dos dois países possam reflectir a respeito deste assunto, e atingir uma forma de ultrapassar erros do passado, visto que isso tem efeitos negativos, seja do ponto de vista diplomático, seja do ponto de vista da cooperação económica, social e cultural entre os povos dos dois países.

Este trabalho foi muito importante para o meu conhecimento e estudo do problema e aprofundamento deste tema, uma vez que me permitiu conhecer as orientações que os angolanos e portugueses possuem sobre o canal da RTP, que tem por missão promover e dinamizar a cooperação transversal entre informação, educação e entretenimento. Para além disso, permitiu-me desmistificar estereótipos do colonizador e do colonizado e alterar a ideia de que, todo o angolano, tem um olhar crítico sobre o que a televisão emite acerca de Angola. Finalmente, possibilitou-me aperfeiçoar as competências de investigação. Apesar do estudo ser limitado, a amostra reduzida e o nível de aprofundamento não ser o que gostaria de ter obtido, permitiu-me dar um contributo para o eventual desenvolvimento futuro de uma investigação alargada, sobre o papel e importância que a RTP África tem na comunicação, promoção e compreensão entre angolanos e portugueses.

BIBLIOGRAFIA

De Oliveira, Maria Marly (2010) Como Fazer pesquisa qualitativa. Petrópolis, Editora Vozes, Brasil

Patto, M., Q. (1980) Qualitative Methods, London, Sage, Pub.

Pinheiro, A, Barbosa, L. (orgs.) (1995). Colectânea de textos de investigação educacional. Setúbal. ESE, I.P.

Afonso, Aniceto et al (s/d). in “ regressados das antigas colónias” in Programa Memórias da Revolução” <http://media.rtp.pt/memoriasdarevolucao/acontecimento/regressados-das-antigas-colonias/>

Lopes, Conceição (2015). Colectânea de textos sobre os media. UC Teoria dos media. Mestrado em Comunicação Multimédia. Departamento de Comunicação e Arte. Universidade de Aveiro.

Lopes, Conceição (2012). Colectânea de textos sobre metodologia de investigação qualitativa. UC. De Teorias da Comunicação. Plano de Estudos da Licenciatura em Novas Tecnologias da Comunicação. Departamento de Comunicação e Arte. Universidade de Aveiro..

Coutinho, Rosa,(1990). “A Pressão social impôs prazo à Descolonização”, In Revista «O Militante» Nº 238 - Janeiro / Fevereiro – 1999. Edição PCP. Pp 32.

Osgood, C.E., Suci, G., & Tannenbaum, P. (1957) *The measurement of meaning*. Urbana, IL: University of Illinois Press .

Snider, J. G., and Osgood, C. E. (1969) *Semantic Differential Technique: A Sourcebook*. Chicago: Aldine.

Movimento das Forças Armadas (1974). Programa do Movimento das Forças Armadas <http://www1.ci.uc.pt/ihti/proj/docs25a/MFA1-2.HTM>

- Banerjee, S. C., Greene, K., Krcmar, M. & Bagdasarov, Z. (2009). Who watches verbally aggressive shows?: An examination of personality and other individual difference factors in predicting viewership. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 21(1), p. 1-14.
- Potter, J. W. & Chin Chang, I. (2009). Television exposure measures and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34 (3), p. 313-333.
- Potter, J. W. & Smith, S. (1999). Consistency of contextual cues about violence across narrative levels. *Journal of communication*, 49(4), p. 121-133.
- Potter, J. W. & Warren, R. (1996). Considering policies to protect children from TV violence. *Journal of communication*, 46(4), p. 116-138.
- Potter, J. W. (1997). The problem of indexing risk of viewing television aggression. *Critical studies in mass communication*, 14(3), p. 228-248.
- Potter, J. W., Smith, S. (2000). The Context of Graphic Portrayals of Television Violence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), p.301-323.
- Potter, J. W., Vaughan, M., Warren, R. Howley, K., Land, A. & Hagemeyer, J. (1995). How real is the portrayal of aggression in television entertainment programming. *Journal of broadcasting & electronic media*, 39 (4), p. 496 – 516.
- Potter, J. W., Warren, R., Vaughan, M., Howley, K., Land, A. & Hagemeyer, J. (1997). Antisocial acts in reality programming on television. *Journal of broadcasting & electronic media*, 41 (1), p. 69-89.
- Almeida, E. (2011). *Angola: Potência Regional em Emergência*. Lisboa: Edições Colibri.
- Bogatsu, L. (2013). *A security complex in transformation: the case of southern african development community (SADC) as a nascent security community*. Master Thesis of Arts in Security and Strategic Studies: The University of Namibia.
- Calandula, M. (2015). *Análise das Alternativas de Âncora Monetária para a Economia Angolana*. Dissertação de Mestrado em Economia Monetária e Financeira. Universidade Évora: Escola de Ciências Sociais.
- Calangui Nteka, E. A. (2011). *Importância do mercado de capitais para o desenvolvimento da economia angolana*. Dissertação de mestrado não publicada, Universidade Técnica de Lisboa, Portugal.
- Contreiras, M. (2012). *Avaliação do potencial estratégico de Angola*. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas: Dissertação de Mestrado em Estratégia. Universidade Técnica de Lisboa.
- Ferreira, I. M. F. (2004). *África e a política da União Europeia de cooperação para o desenvolvimento: Angola no quadro da Convenção Lomé IV*. Dissertação de Mestrado não publicada. Universidade do Porto: Porto.

- Ferreira, M. (2005). Educação e política em Angola: uma proposta de diferenciação social. *Cadernos de Estudos Africanos*: Lisboa, p. 105-124.
- Fonseca, (2014). A imprensa e o império na África portuguesa, 1842-1974. Tese de doutoramento não publicada. Universidade de Lisboa: Lisboa.
- KPMG. (2011). Análise ao Sector Bancário Angolano. Disponível em http://www.kpmg.com/pt/pt/issuesandinsights/articlespublications/paginas/035_bank-ao2013.aspx
- Laffond, J., Ruiz, C., Burnay, C., Gómez, A., Pérez, S. & Santos, R. (2013). Pararel stories, differentiated histories. Exploring fiction and memory in Spanish and Portuguese television. *Journal Of European Television History and Culture*, 2(3), 37-44.
- Robinson, J. A. (2002). States and Power in Africa by Jeffrey I. Herbst: A Review Essay. *Journal of Economic Literature*, Vol. XL. p. 510–519.
- Sobral, F. (2012). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva. *Millenium*, 42, 143-159.
- Sousa, H. (1996). Portuguese television policy in the international context: An analysis of the links with the EU, Brazil and the US. Political Economy Section of the 20th Scientific Conference of the International Association for Mass Communication Research. Sydney, Australia.
- Torres, E. & Burnay, C. (2013). The Subject-Matter of Audiovisual Historical Fiction in Portugal (1909-2010). In Cabecinhas, R. & Abadia, L. (eds), *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches* (pp. 190-201). Braga: Universidade do Minho.
- Zau, F.Z. (2009). Educação em Angola: novos trilhos para o desenvolvimento. Movilivros Edições: Luanda.
- Barbero, Jesús (2010). Television: a question of spaces between proximities and distances. *Quaderns del CAC* 35, XIII(2), 5-11.
- Coelho, Pedro (s/d). *A função social das televisões de proximidade. Por um modelo de comunicação alternativo*. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/coelho-pedro-funcao-social-das-televisoes.pdf>
- Coelho, Pedro (2005). *A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público: um estudo sobre a situação portuguesa*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Coelho, Pedro (2013). Números e factos do ensino superior de Jornalismo em Portugal: de como o excesso de procura resultou em excesso de oferta. E. Júnior, L. Maluly, D. Oliveira (orgs). *Antes da pauta: linhas para pensar o ensino do jornalismo no século XXI* (pp. 79-102). São Paulo: ECA-USP.

- Coelho, Pedro (2015). A investigação jornalística em televisão: Algumas reflexões sobre o futuro do jornalismo televisivo. P. Serra, S. Sá & W. Souza Filho (orgs.). A televisão ubíqua (pp. 105-122). Covilhã: Livros LabCom.
- Pereira, Sara (2007). A minha TV é um mundo, Programação para crianças na era do ecrã digital. Campo das Letras Editores. Porto
- Ksiazek, Thomas B. & Webster, James G. (2008). Cultural Proximity and Audience Behavior: The Role of Language in Patterns of Polarization and Multicultural Fluency. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3),485-503.
- Banerjee, S. C., Greene, K., Krcmar, M. & Bagdasarov,Z.(2009). Who watches verbally aggressive shows?: An examination of personality and other individual difference factors in predicting viewership. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 21(1), p. 1-14.
- Potter, J. W. & Chin Chang, I. (2009). Television exposure measures and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34 (3), p. 313-333.
- Potter, J. W. & Smith, S. (1999). Consistency of contextual cues about violence across narrative levels. *Journal of communication*, 49(4), p. 121-133.
- Potter, J. W. & Warren, R. (1996). Considering policies to protect children from TV violence. *Journal of communication*, 46(4), p. 116-138.
- Potter, J. W. (1997). The problem of indexing risk of viewing television aggression. *Critical studies in mass communication*, 14(3), p. 228-248.
- Potter, J. W., Smith, S. (2000). The Context of Graphic Portrayals of Television Violence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), p.301-323.
- Potter, J. W., Vaughan, M., Warren, R. Howley, K., Land, A. & Hagemeyer, J. (1995). How real is the portrayal of aggression in television entertainment programming. *Journal of broadcasting & electronic media*, 39 (4),p. 496 – 516.
- Potter, J. W., Warren, R., Vaughan, M., Howley, K., Land, A. & Hagemeyer, J. (1997). Antisocial acts in reality programming on television. *Journal of broadcasting & electronic media*, 41 (1), p. 69-89.
- Baker, R. (1999). Codes of ethics: some history. Perspectives on the professions. *Center for Study of ethics for the professions in the Illinois Institute of Technology (CSEP)*, 19 (1).
- Baptista, I. (2005). *Dar rosto ao futuro: A educação como compromisso ético*. Porto: Profedições.
- Bateson, Gregory (1972). *Steps to an Ecology of Mind*. London: Jason Aronson Inc.

- Bogatsu, L. (2013). A security complex in transformation: the case of southern african development community (SADC) as a nascent security community. Master Thesis of Arts in Security and Strategic Studies: The University of Namibia.
- Calangui Nteka, E. A. (2011). Importância do mercado de capitais para o desenvolvimento da economia angolana. Dissertação de mestrado não publicada, Universidade Técnica de Lisboa, Portugal.
- Carapeto, C. & Fonseca, F. (2012). *Ética e Deontologia – Manual de Formação*. Lisboa: Ordem dos Engenheiros Técnicos.
- Cortina, A. & Martínez, E. (2005). *Ética*. São Paulo: Edições Loyola.
- Dias, J. (2004). *Ética e educação*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Dias, A. (2011). *Ética profissional e terapêutica da fala*. Dissertação de Mestrado em Bioética. Porto: Faculdade de Medicina da Universidade do Porto.
- Di Domênico, A. & Di Domênico, C. (2014). Ética na docência do ensino superior. *Agora Revista Eletrónica*, IX (18), 15-22.
- Ferreira, I. M. F. (2004). África e a política da União Europeia de cooperação para o desenvolvimento: Angola no quadro da Convenção Lomé IV. Dissertação de Mestrado não publicada. Universidade do Porto: Porto.
- Ferreira, M. (2005). Educação e política em Angola: uma proposta de diferenciação social. *Cadernos de Estudos Africanos*: Lisboa, p. 105-124.
- Ferreira, R. (2007). A ética (na gestão). *Contabilidade e Gestão – Revista Científica Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas*, 4, 5-16.
- Fonseca, I. (2014). A imprensa e o império na África portuguesa, 1842-1974. Tese de doutoramento não publicada. Universidade de Lisboa: Lisboa.
- Golding, P. & Murdock, G. (2000). Culture, communications and political economy, in J. Curran and M. Gurevitch *Mass Media and Society* (3.^a ed.). London: Arnold.
- Guareschi, P. (2007). Relações comunitárias relações de dominação. In: CAMPOS, R.H.F (Org.), *Psicologia Social Comunitária*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- KPMG. (2011). Análise ao Sector Bancário Angolano. Disponível em http://www.kpmg.com/pt/pt/issuesandinsights/articlespublications/paginas/035_bank-ao2013.aspx
- Laffond, J., Ruiz, C., Burnay, C., Gómez, A., Pérez, S. & Santos, R. (2013). Pararel stories, differentiated histories. Exploring fiction and memory in Spanish and Portuguese television. *Journal Of European Television History and Culture*, 2(3), 37-44.

- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6.^a ed.). Londres: SAGE Publications Ltd.
- Mercier, S. (2003). *A ética nas empresas*. Porto: Edições Afrontamento.
- Nosella, P. (2008). Ética e Pesquisa. *Educação e Sociedade*, 29 (2), 255-273.
- Polistchuk, I. & Trinta, A. (2003). *Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Potter, W. James (2012). *Media Effects*. USA: Sage Publications.
- Robinson, J. A. (2002). States and Power in Africa by Jeffrey I. Herbst: A Review Essay. *Journal of Economic Literature*, Vol. XL. p. 510–519.
- Silverblatt, A. (2004). *Media as Social Institution*. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 35-41. Doi: 10.1177/0002764204267249
- Sobral, F. (2012). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospectiva. *Millenium*, 42, 143-159.
- Sousa, H. (1996). Portuguese television policy in the international context: An analysis of the links with the EU, Brazil and the US. *Political Economy Section of the 20th Scientific Conference of the International Association for Mass Communication Research*. Sydney, Australia.
- Torres, E. & Burnay, C. (2013). The Subject-Matter of Audiovisual Historical Fiction in Portugal (1909-2010). In Cabecinhas, R. & Abadia, L. (eds), *Narratives and social memory: theoretical and methodological approaches* (pp. 190-201). Braga: Universidade do Minho.
- Valls, A. (2006). *O que é ética*. *Colecção Primeiros Passos*. São Paulo: Brasiliense.
- Vázquez, A. (1995). *Ética*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.
- Zau, F.Z. (2009). *Educação em Angola: novos trilhos para o desenvolvimento*. Movilivros Edições: Luanda.
- Baudrillard, Jean (2010). *A sociedade de consumo*. Trad. Artur Morão. 2^a edição. Lisboa: Edições 70, 2010.
- Blogger (2011). *O que é um blogue?* Disponível em <http://www.blogger.com/>
- Breton, P. (1994). *A Utopia da Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Carapeto, C. & Fonseca, F. (2012). *Ética e Deontologia – Manual de Formação*. Lisboa: Ordem dos Engenheiros Técnicos.

Castells, Manuel (2003). *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. 1ª edição. Rio de Janeiro: Zahar.

CEIC (2009). *Relatório Económico de Angola. Centro de Estudo e Investigação Científica*. UCAN.

Cheung, Anita (2013). *What themes and political marketing strategies can be inferred from Barack Obama and Mitt Romney's Facebook images in the 2012 US Presidential Election Campaign?* Tese de Graduação em Estudos Comunicacionais. Universidade of Leeds: Institute of Communications Studies.

KINNEAR, T. C.; TAYLOR, J. R. Marketing research: an applied approach. 5th ed. New York: McGraw-Hill Inc., 1996

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001

<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/>

Chomsky, n.(2003).a manipulação dos media: os efeitos extraordinários da propaganda.portugal:inquerito.

ANEXO 1

RTP-África - Guião de entrevista / questionário

Idade _____ Sexo _____ profissão _____

Vê regularmente os programas do canal RTP África sobre Angola? Diariamente _____, semanalmente _____ mensalmente _____ de vez em quando _____

A que horas costuma ver a RTP África? _____ Com que frequência _____

Conhece o site da RTP África? _____ Participa nas atividades do site da RTP África? _____

Já fez download de algum conteúdo multimédia do site da RTP África _____

Qual? _____

Conhece o Facebook da RTP África? _____ Participa no facebook da RTP África? _____

Acha que os conteúdos dos programas sobre Angola transmitidos na RTP África respondem às suas necessidades de acompanhar que se passa em Angola? _____

Acha que os conteúdos sobre Angola, transmitidos pela RTP África abordam a diversidade das realidades culturais, sociais, linguísticas, económicas e políticas de Angola? _____

Ficas esclarecido com a informação transmitida?

Acha que as notícias sobre Angola transmitidas pela RTP África são predominantemente objectivas ou parciais no modo de abordar a realidade angolana? _____

Ficas satisfeito com os conteúdos tratados nos programas da RTP África sobre Angola? _____

Quais são os seus programas favoritos transmitidos pela RTP África? _____

Coloque por ordem de importância os programas da RTP África, sobre Angola que prefere, indicando em primeiro lugar os que mais gostas e progressivamente coloque os que menos gosta _____

Sente que a RTP África é sua amiga? _____

O que gostarias que a RTP África transmitisse sobre Angola?

ANEXO II

Questionário ao director

TEMA: Como é que a televisão portuguesa, RTP África e RTP Memória comunicam o país Angola?

Este inquérito emerge no âmbito do mestrado em comunicação multimédia, do Departamento de comunicação e arte, da Universidade de Aveiro e faz parte da investigação em curso, subordinada ao título Como é que a televisão portuguesa, RTP África, RTP Memória comunicam o país Angola? Realizada pela estudante Palmira Benguela Dados recolhidos através da entrevista a realizar aos directores dos canais: RTP Memória e RTP ÁFRICA.

Esta temática vem ao encontro da realidade a que a investigadora está inserida, enquanto Angolana residente em Portugal e surgiu da necessidade que se desencadeia pela constatação de pouca ou nenhuma investigação neste âmbito. Optou-se por verificar a influência sociocultural por meio da língua, dança, moda, gastronomia e turismo a partir dos programas televisivos da RTP AFRICA e RTP Memoria que retratam a realidade Angolana. Todas essas dimensões delimitadas foram pensadas a partir da aproximação cultural, política, linguística e das relações entre Portugal e Angola.

Objectivo Geral

Perceber quais os contributos e influências socioculturais, referidas pelos sujeitos alvo da amostra (Angolanos residentes em Portugal), são verificadas através da emissão dos programas televisivos dos canais da, RTP AFRICA e RTP Memoria, sobre a realidade de Angola.

A televisão foi escolhida, entre os media, por verificarmos que é um dos meios de comunicação mais influentes.

Desenho de Investigação e Procedimentos

O presente estudo decorreu em Portugal, no período de Fevereiro a Agosto de 2016.

A técnica de recolha e tratamento de dados vamos usar o diferencial semântico, que terá duas etapas de um trabalho de investigação:

1º Inquérito por questionário direccionado aos Angolanos residentes em Portugal e Directores dos canais alvos da mostra RTP Africa, RTP Memoria.

2º Análise e interpretação dos dados, onde iremos explicar o processo dos dados.

Amostra

A amostra alvo do estudo, Angolanos residentes em Portugal, foi escolhida a partir da realidade sociocultural vivenciada pelos dois países. Além destes, fazem parte da amostra, também, dois directores dos canais alvo do estudo – RTP Africa e RTP Memoria, que foram convidados a participar de maneira a verificarmos quais os critérios estabelecidos por esses directores para a escolha das notícias referentes à Angola.

Desde já, muito gratos lhe ficamos com a sua disponibilidade para responder a este inquérito.

QUESTIONÁRIO

Filosofia e Missão do canal

Qual a filosofia de orientação do canal que dirige?

Qual a missão do canal que dirige?

Considera o canal que dirige como um excelente elo de comunicação entre Angola e Portugal?

Quais os níveis de audiência do canal que dirige?

Tem grande abrangência?

Quais as regiões de Portugal em que tem maior audiência?

Considera que a programação emitida, no período alvo do estudo responde plenamente à filosofia e missão do canal?

Se não, poderia dar alguma justificação?

Prioridades e constrangimentos:

Quais as prioridades nas opções da programação a emitir?

Que factores condicionam as suas escolhas?

Critérios de selecção das notícias

Quais são os critérios de selecção das notícias sobre Angola?

Quais os critérios que privilegia?

O que mais atrapalha o vosso trabalho quando a noticia é Angola?

Como pensa sobre a televisão Angolana?

Qual a relação entre televisão e sociedade?

Material disponível para a elaboração de programas a emitir:

É de Costume ter muita matéria sobre Angola?

Utiliza com regularidade todos os arquivos da RTP para comunicar angola Africa ou recorre a outros?

Conteúdos géneros e formatos de programação emitida:

Qual é o principal elemento para a vossa programação?

Como é feita a distribuição dos programas?

Conhecimento e visão pessoal sobre Angola

Conhece Angola?

Em que lugar colocaria o Jornalismo Angolano se tivesse que escolher de 1 á 5?

Acha que os Angolanos tem um olhar critico sobre a imprensa portuguesa?

O que mais gostaria de ver em Angola a melhorar em termo de Jornalismo?

Qual é a sua visão sobre Angola?

A quanto tempo emitem desde Angola RTP Africa?

Perfil do director

Onde trabalhou antes?

A quantos anos faz Jornalismo?

Responsabilidade no canal?

Funções que desempenha no canal?